

**Mediaddress**\_\_\_\_

Media contact

# Giornalisti e uffici stampa 2023

The Eye of Journalists on PR | Europe 2023 

# Introduzione

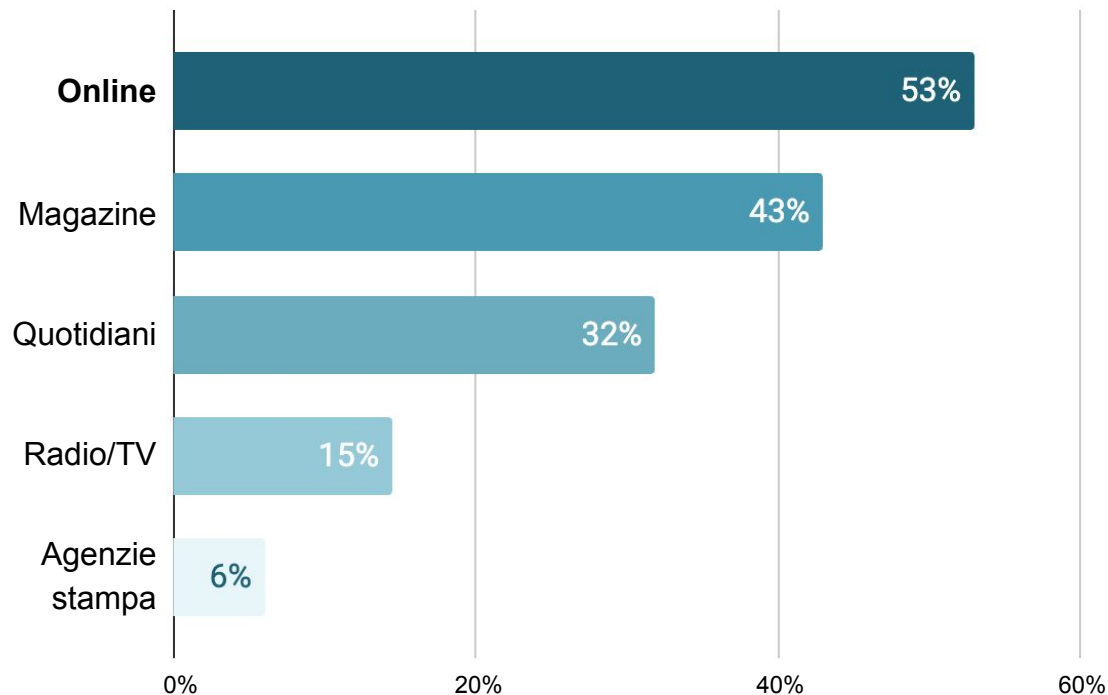
---

Nel mese di maggio 2023, **Mediaddress ha esteso a Spagna e Francia la ricerca “The Eye of Journalists on PR”, già condotta in Italia** ad aprile.

Questa seconda edizione della ricerca, con quasi **700 giornalisti coinvolti e oltre 25.000 risposte raccolte e analizzate**, fornisce un quadro ancora più ampio e interessante sullo stato della relazione tra giornalisti e uffici stampa.

Oggi **siamo lieti di condividere con te le nostre riflessioni sugli spunti più significativi**, gli aspetti di discontinuità tra i Paesi coinvolti e, nella seconda parte del documento, il report completo sui risultati della ricerca, la media europea e quelli registrati a livello di singolo Paese.

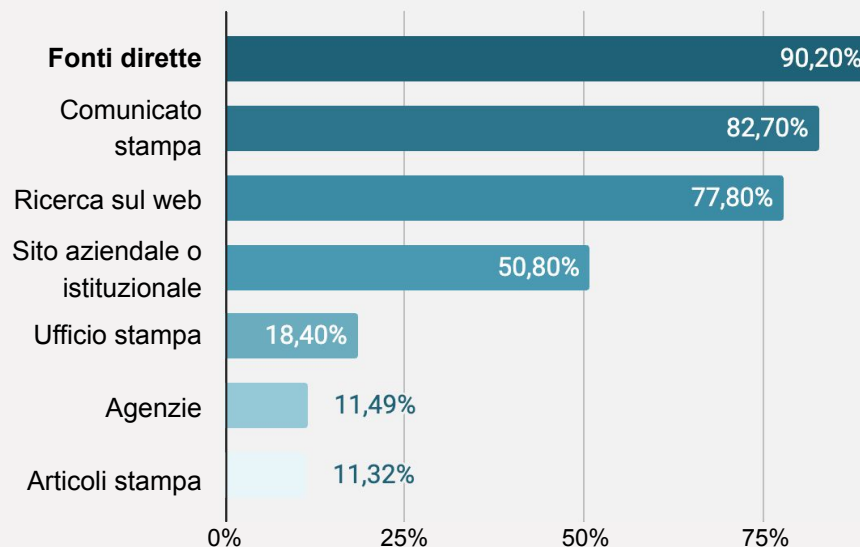
## Per quale tipologia di media lavori?



# Fonti e canali di relazione

Fonti dirette (90,2%), comunicati stampa (82,7%) e ricerche online (77,8%) sono le **principali fonti di informazione per i giornalisti** europei che devono scrivere un articolo.

Quando scrivi i tuoi articoli, quali strumenti utilizzi per raccogliere informazioni?



## Fonti e canali di relazione

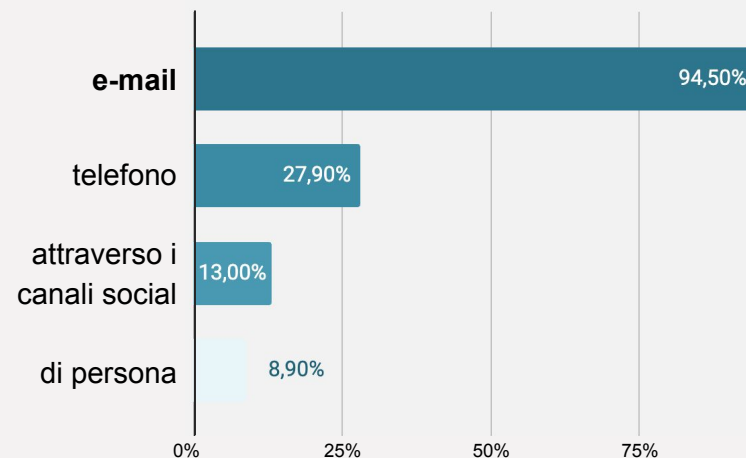
Non ci sono dubbi sul **canale da utilizzare per contattare i giornalisti**.

Il 94,5% preferisce essere contattato dagli uffici stampa via e-mail.

A gradire anche le telefonate è il 27,9% degli intervistati.

Solo il 13% considera idonei anche i social media, utilizzabili tutt'al più come canale per la condivisione dei comunicati (23%).

## Come preferisci essere contattato da un ufficio stampa?



## I social media sono uno strumento utile per ricevere comunicati stampa da enti e aziende?



## Fonti e canali di relazione

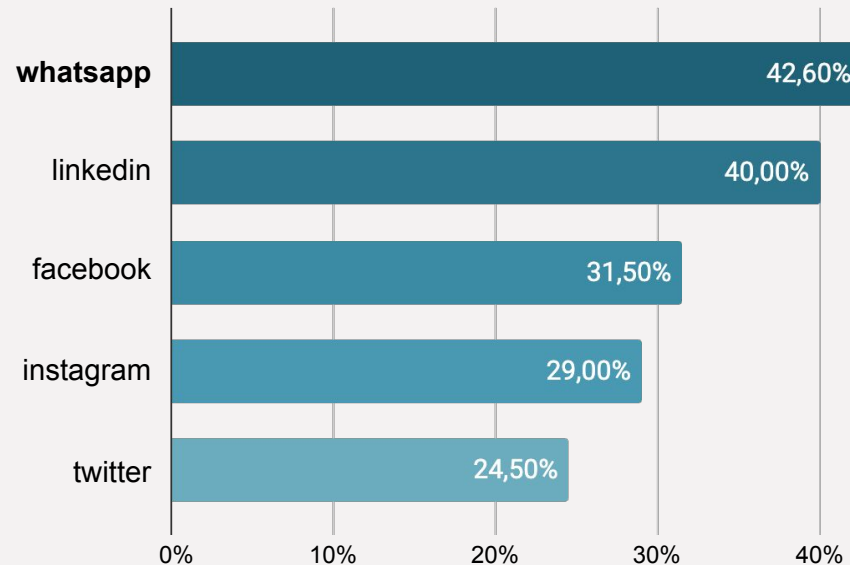
Benché non graditi come canale di comunicazione con gli uffici stampa, **i social** sono utilizzati dal 96% dei giornalisti.

Il più utilizzato è Whatsapp (42,6%), seguito da LinkedIn (40%), Facebook (31,5%) e Instagram (29%).

Appare sfatato il mito che X (ex Twitter) sia il social d'elezione dei giornalisti: dichiara di utilizzarlo solo il 24,5% degli intervistati.

Meno presenti sui social i giornalisti francesi, che usano quasi esclusivamente LinkedIn (33%). Sono comunque solo il 4% i giornalisti "no social".

## Quali social media utilizzi abitualmente?

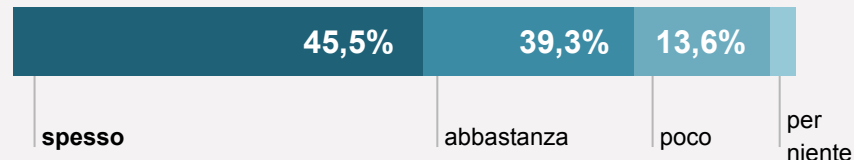


Fonti e canali di relazione

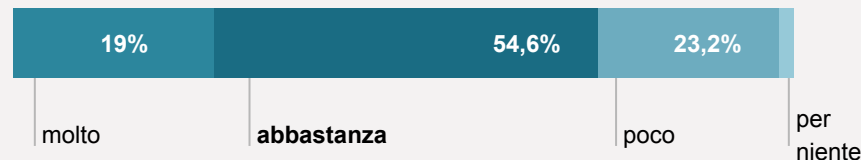
Sul versante delle **relazioni in presenza**, l'85% degli intervistati frequenta regolarmente le **conferenze stampa**.

Il 45,5% vi partecipa spesso e per 3 giornalisti su 4 rappresentano utili occasioni di incontro e networking.

### Ti capita di partecipare a presentazioni o conferenze stampa?



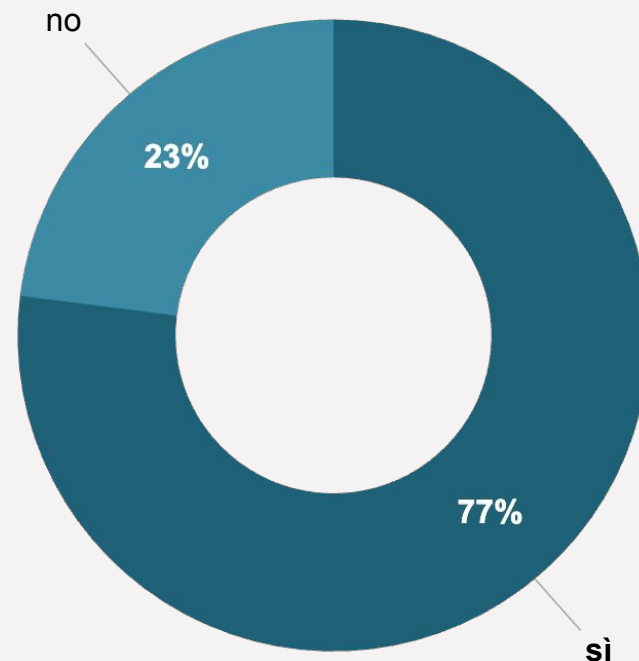
### In generale quanto ritieni utile una conferenza stampa?



# Comunicati stampa, luci e ombre

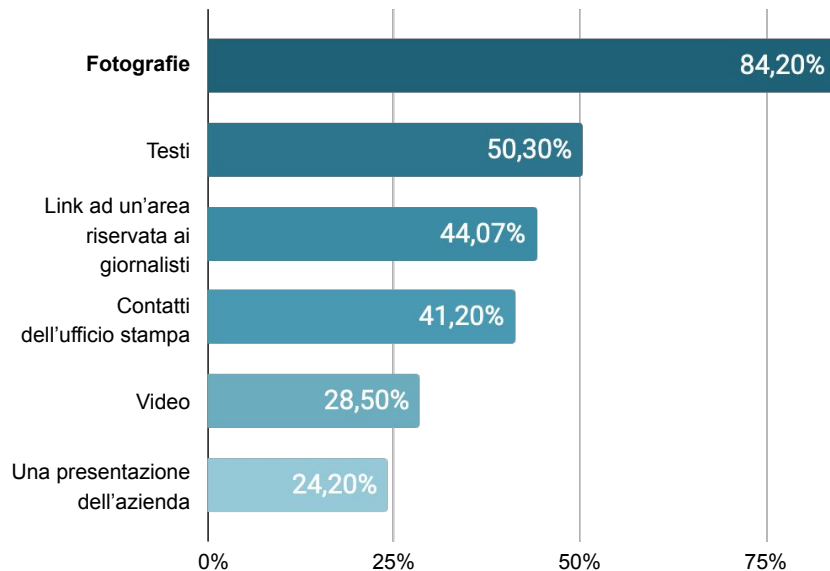
In termini generali il 77% dei giornalisti intervistati considera i **comunicati stampa una fonte autorevole** e a corredo degli stessi gradisce ricevere foto (84,2%), testi di approfondimento (50,3%) e link a press room dedicate (44%), già frequentate dal 63,8% del campione.

In base alla tua esperienza, i comunicati stampa sono fonti autorevoli?

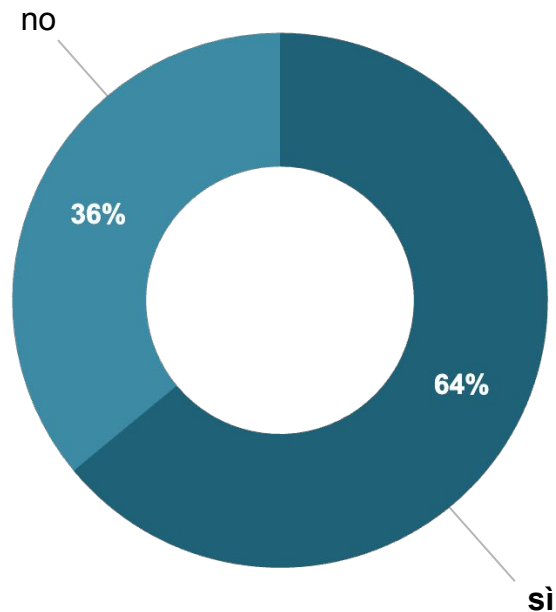


Comunicati stampa, luci e ombre

## Cosa ti è utile ricevere a corredo del comunicato stampa?



## Sei registrato a qualche newsroom (area riservata ai giornalisti) su siti di aziende/enti?

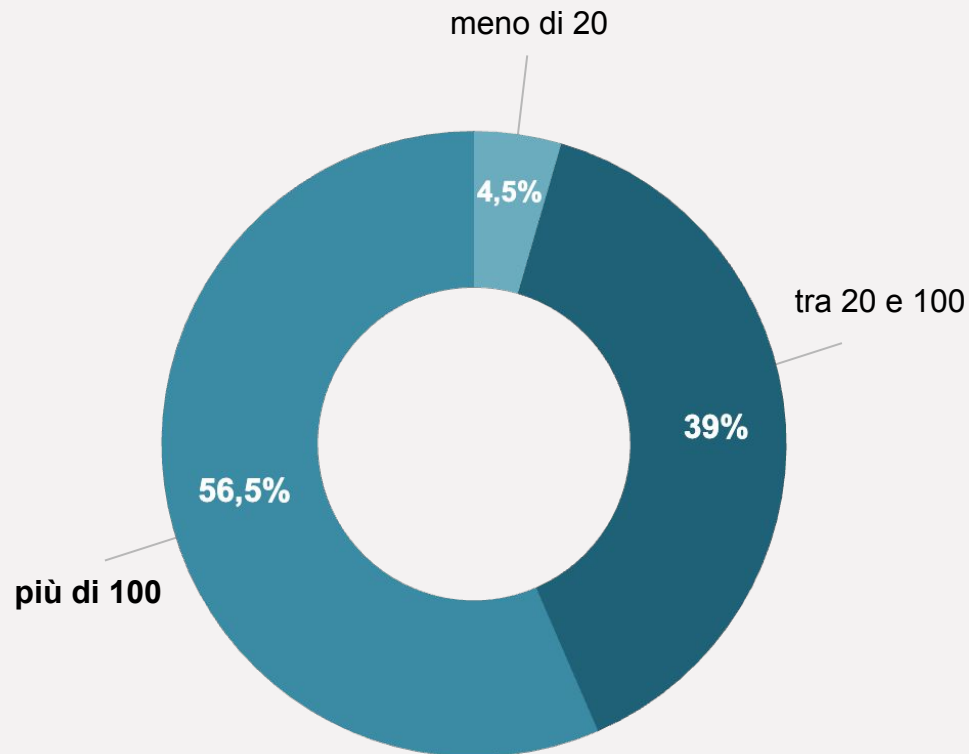


Tuttavia, il numero di comunicati stampa che i giornalisti ricevono, oltre i 100 comunicati a settimana per il 56,5% degli intervistati, appare eccessivo.

Lo dimostra il dato relativo ai comunicati che non vengono neppure aperti: circa il 75% degli intervistati legge meno della metà dei comunicati che riceve e il 30% ne legge meno di 1 su 10.

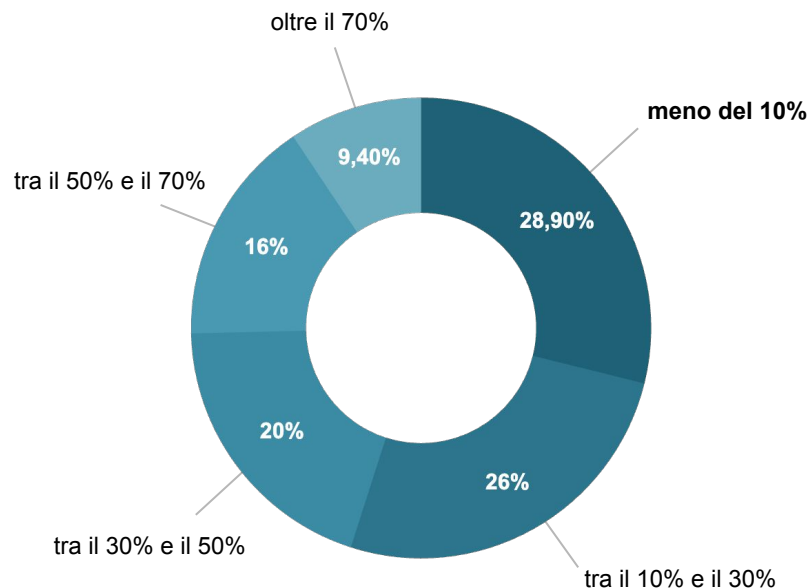
Le ragioni? Non rientrano tra gli interessi del giornalista (80%), non sono ritenuti utili (60%), mancanza di tempo (40%).

## Quanti comunicati ricevi alla settimana?

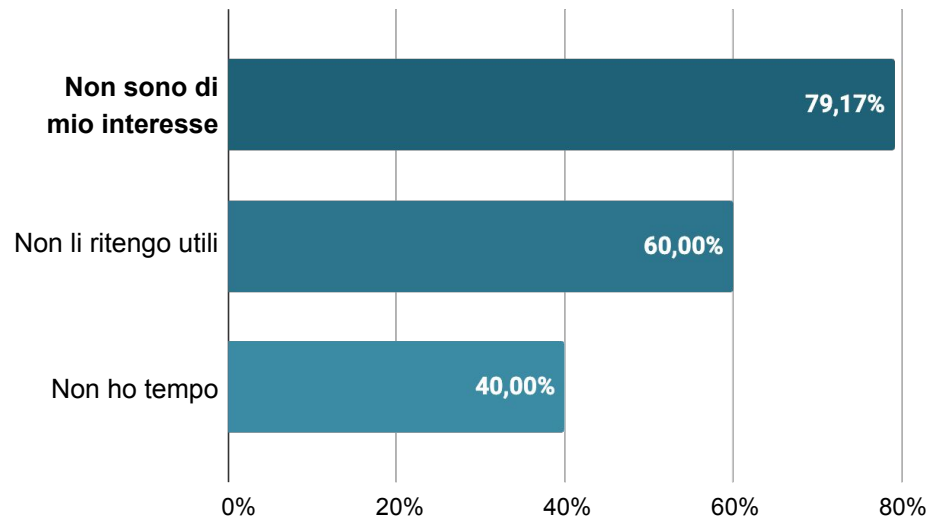


Comunicati stampa, luci e ombre

**Fatto 100 quelli che ricevi,  
quanti comunicati leggi**  
(anche solo parzialmente / solo il titolo)?



**Se pensi ai comunicati  
che non hai letto, quali sono  
le principali motivazioni?**



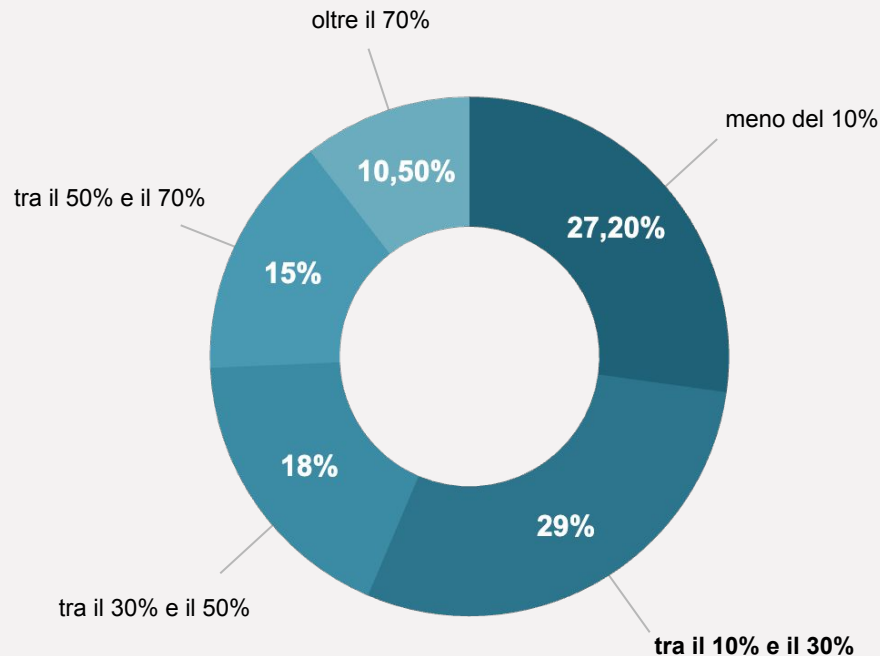
## Comunicati stampa, luci e ombre

Dalle risposte dei giornalisti emerge che il 75% degli intervistati considera realmente utile meno di un comunicato stampa su due, dato che sale a 80% in Italia e 83% in Spagna.

Questo dato dipende principalmente dal numero alto di comunicazioni fuori tema o perché non esaustive (come visto sopra).

Va detto che la selezione spesso avviene da una preview che il giornalista consulta dal cellulare (titolo, mittente, presenza o meno di immagini e allegati).

## Fatto 100 tutti quelli pertinenti agli argomenti che tratti, quanti comunicati sono utili al tuo lavoro?

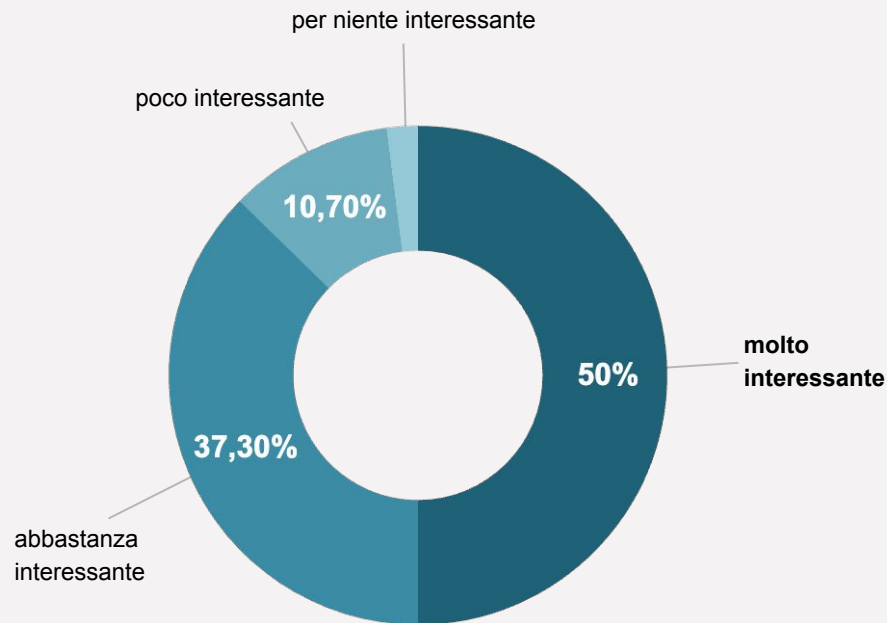


# Desiderata

Dalla ricerca emerge un interesse significativo per soluzioni capaci di razionalizzare la gestione dei comunicati e della relazione con gli uffici stampa:

Un database con i **contatti di tutti i capi uffici stampa** incontra l'interesse dell'87,3% degli intervistati.

Quanto sarebbe interessante avere accesso ad un database con tutti i contatti dei capi uffici stampa?



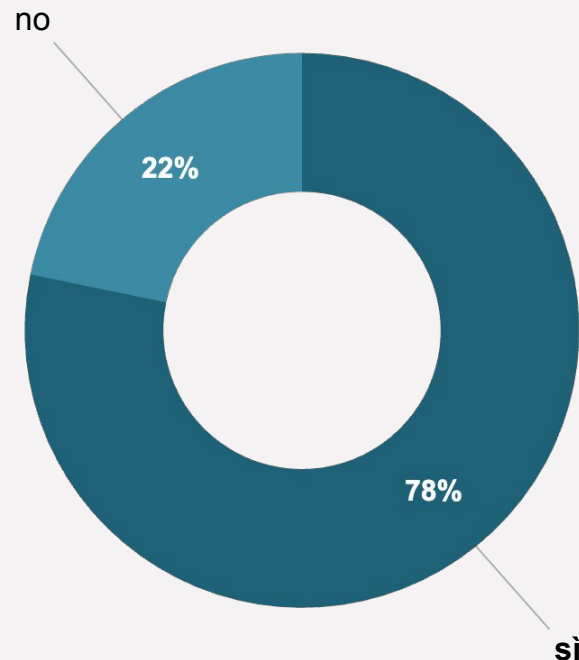
## Desiderata

Il 78,3% apprezzerrebbe un **calendario** completo e aggiornato delle **conferenze stampa** in programma.

Al 75,8% l'interesse per una **piattaforma repository** dove trovare tutti i press kit di aziende ed enti.

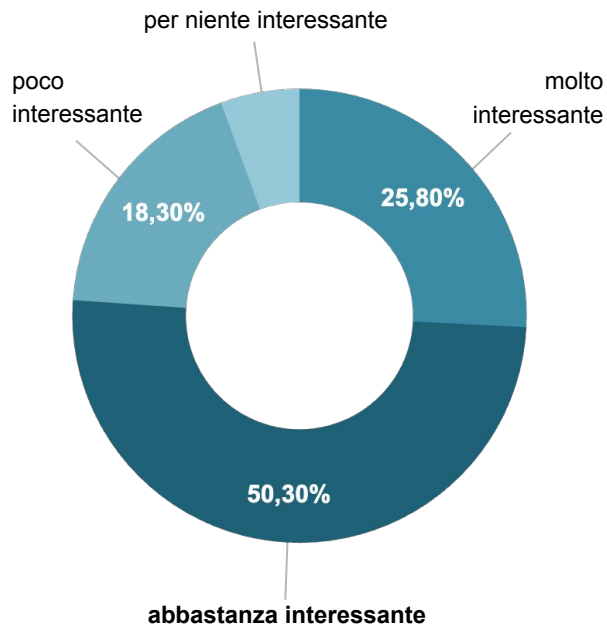
Gli **aggregatori di comunicati stampa** sono considerati utili o molto utili dal 75% degli intervistati. Qui vediamo una forte diversità tra i giornalisti dei Paesi coinvolti, infatti sono il 61% in Francia ad aver già utilizzato questi strumenti, mentre sono solo il 20% in Italia ed il 12% in Spagna.

## Sarebbe utile per te avere a disposizione un calendario delle conferenze stampa?

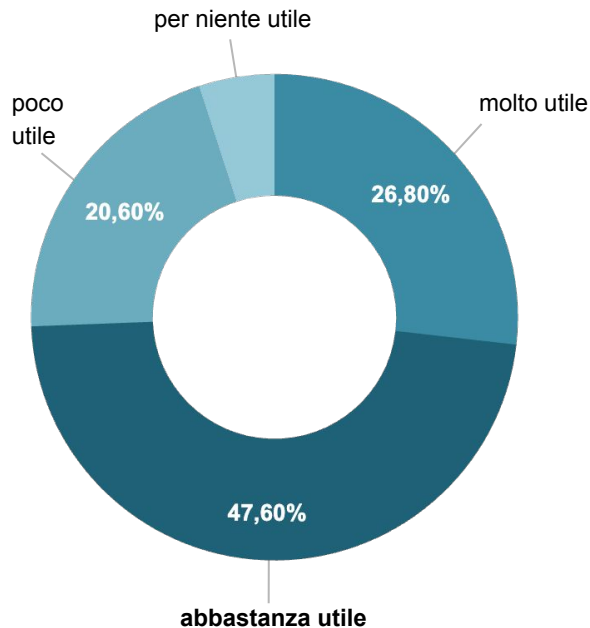


## Desiderata

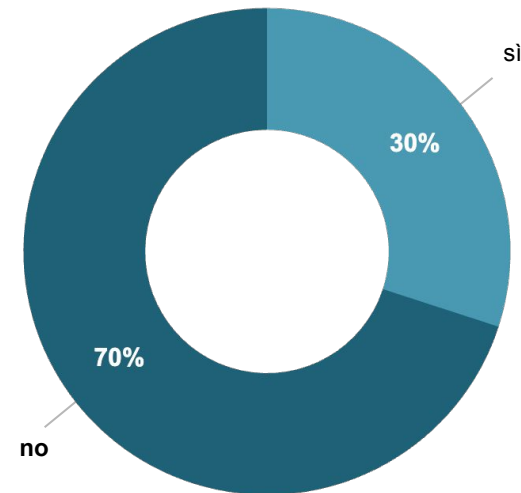
**Quanto sarebbe interessante poter avere a disposizione una piattaforma dove trovare tutti i press kit delle aziende/enti?**



**Quanto sarebbe utile per te e per il tuo lavoro un aggregatore di comunicati stampa?**



**Hai utilizzato qualche aggregatore di comunicati stampa in passato per le tue ricerche?**

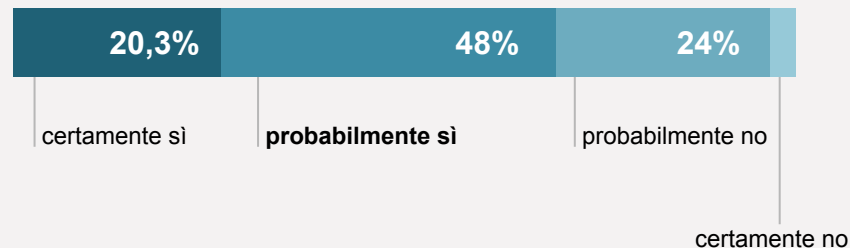


Desiderata

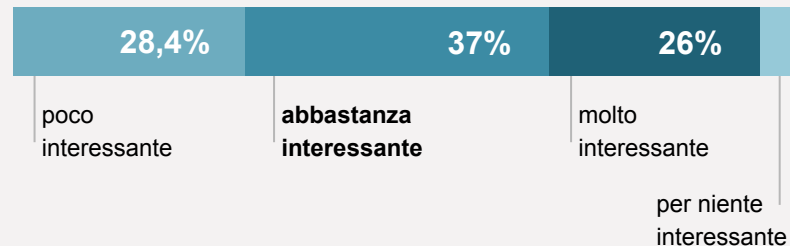
Il 68,3% gradirebbe, purché gratuito, un **sistema per organizzare i comunicati** in base ai propri interessi.

Infine, troverebbe utile avere accesso ai **contatti dei colleghi** giornalisti il 63% del campione.

## Prenderesti in considerazione un sistema/servizio che organizza per te i comunicati stampa secondo i tuoi interessi?



## Sarebbe interessante per te avere accesso ai contatti di altri giornalisti nelle varie redazioni?



# Conclusioni

Se da un lato il comunicato stampa conferma la sua **centralità** nella relazione tra giornalisti e uffici stampa, **dall'altro emerge il tema della sovrabbondanza** delle informazioni e scarsità del tempo (legata alla bassa efficienza degli strumenti per accedervi).

La ricerca, allargata ai giornalisti spagnoli e francesi, conferma **2 criticità già espresse dal campione italiano**.

Emerge poi la **necessità di nuovi touchpoint e servizi** che aiutino i giornalisti a **rendere più semplice ed efficiente la consultazione e la gestione dei contenuti**.

1

Le **caselle di posta dei giornalisti sono intasate** da troppi comunicati che poco o nulla hanno a che fare con i loro interessi, tanto che **meno della metà vengono effettivamente aperti**.

È interesse prima di tutto degli stessi uffici stampa riuscire ad **affinare la targettizzazione** dei loro invii, utilizzando contatti aggiornati e correttamente categorizzati per aree di interesse.

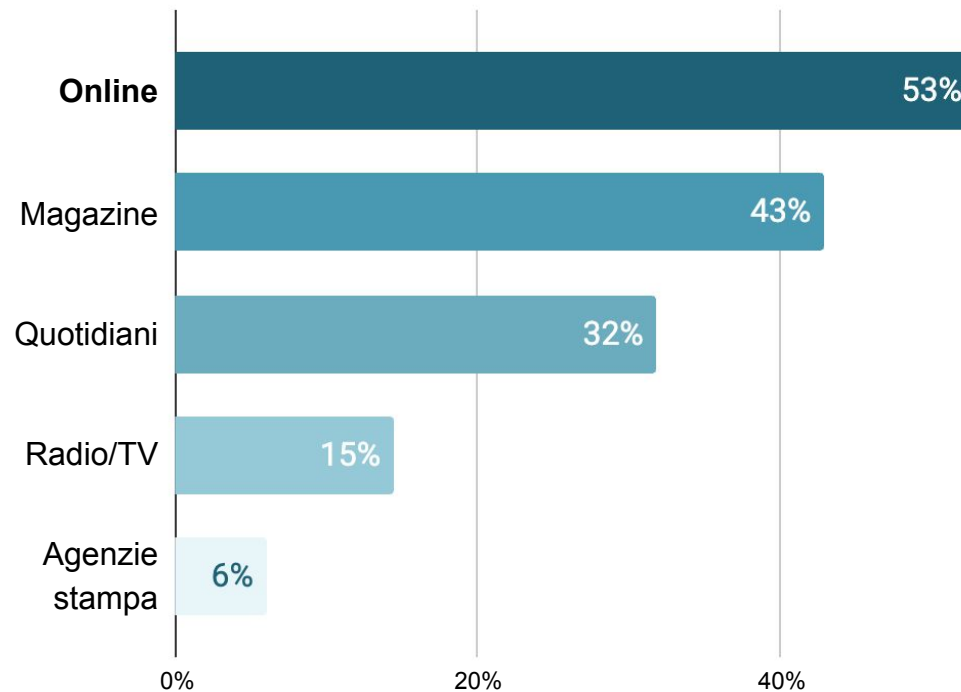
2

**Gran parte dei comunicati** che i giornalisti leggono **risultano poco esaustivi**. Emerge la **richiesta di pacchetti di contenuti più ricchi**, articolati e facilmente accessibili per il giornalista, di cui il comunicato dev'essere la copertina efficace.

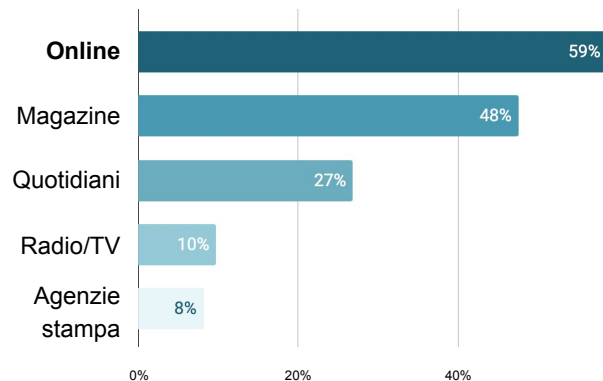


# Le risposte al questionario

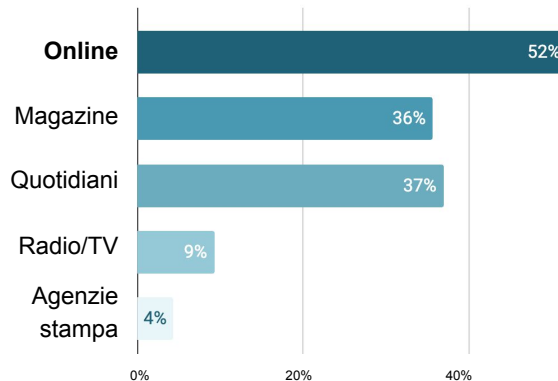
## 01. Per quale tipologia di media lavori?



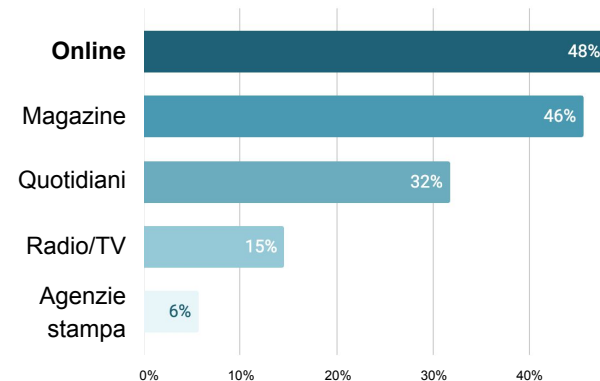
## 01. Per quale tipologia di media lavori?



 Italia

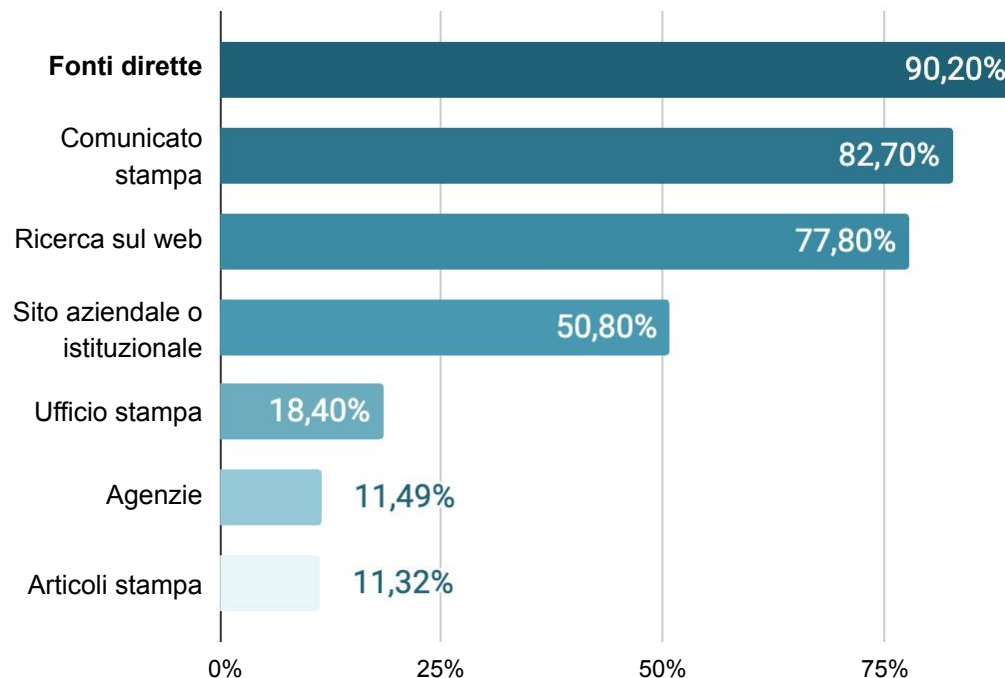


 Spagna

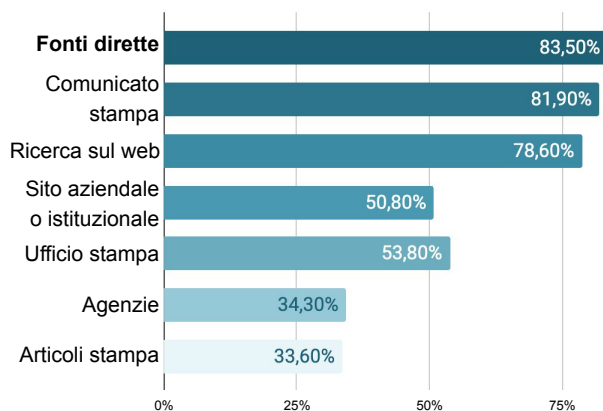
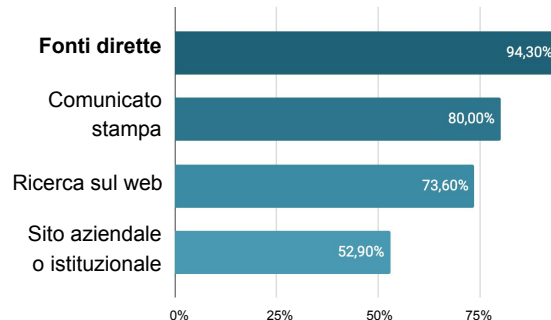
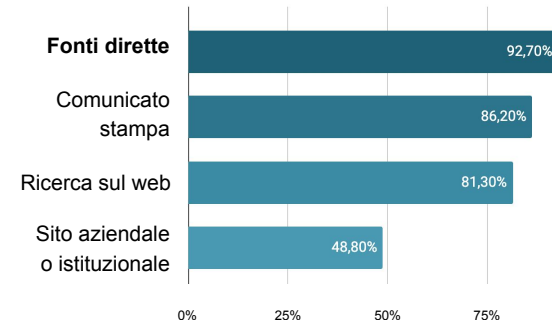


 Francia

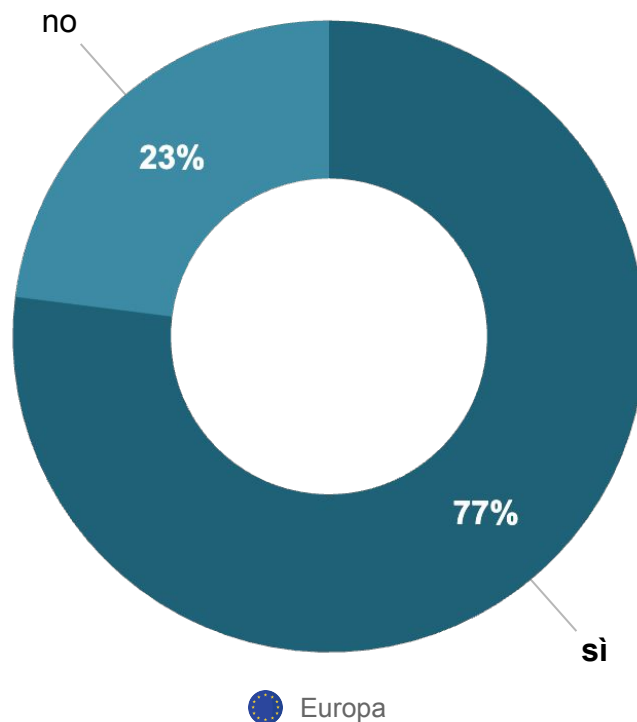
## 02. Pensa a quando scrivi i tuoi articoli, quali strumenti utilizzi come fonte di raccolta informazioni per scriverli?



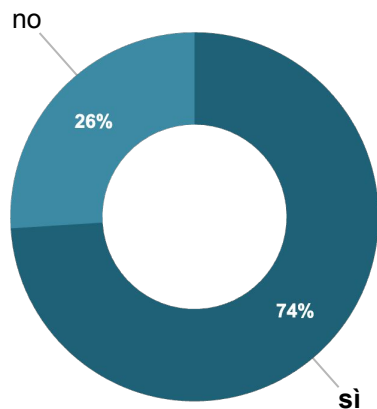
## 02. Pensa a quando scrivi i tuoi articoli, quali strumenti utilizzi come fonte di raccolta informazioni per scriverli?

 Italia Spagna Francia

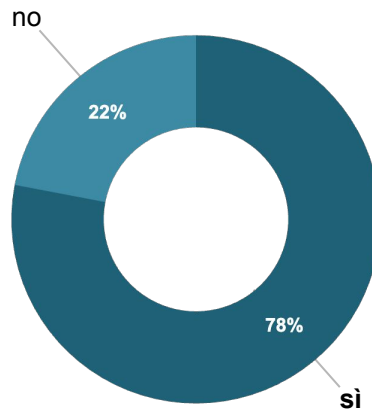
### 03. In base alla tua esperienza, ritieni i comunicati stampa delle fonti autorevoli?



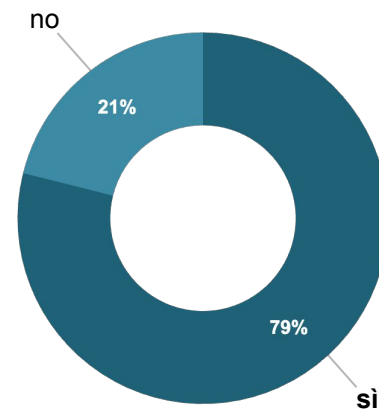
### 03. In base alla tua esperienza, ritieni i comunicati stampa delle fonti autorevoli?



 Italia

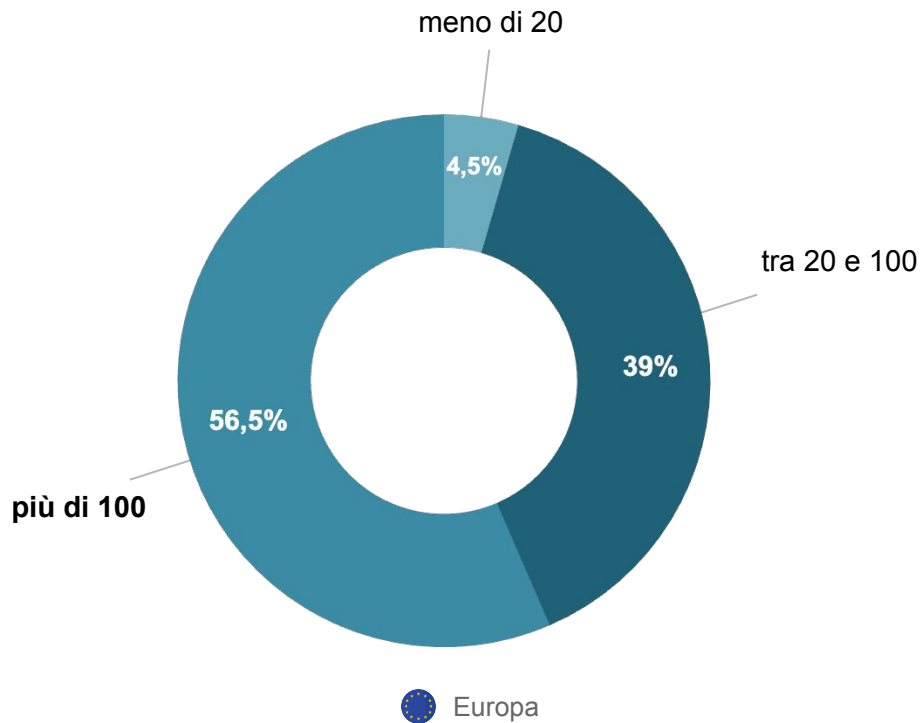


 Spagna

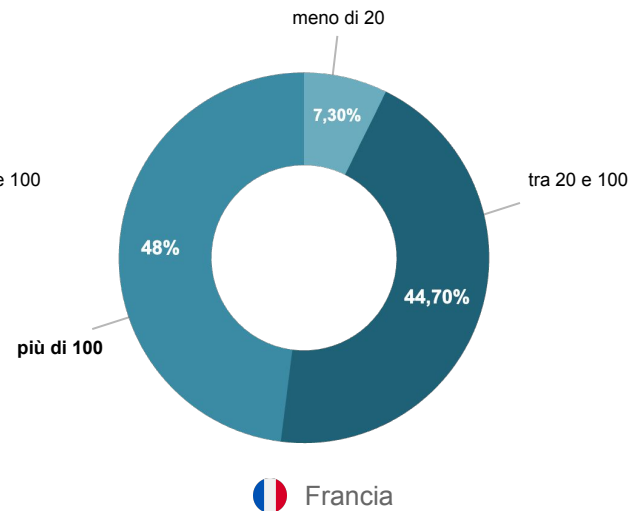
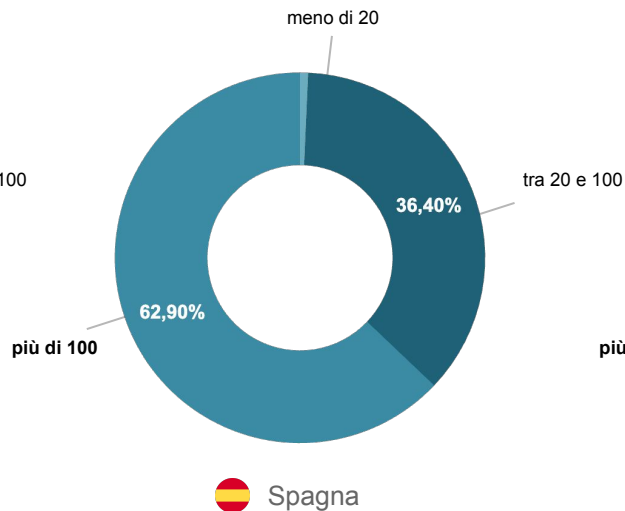
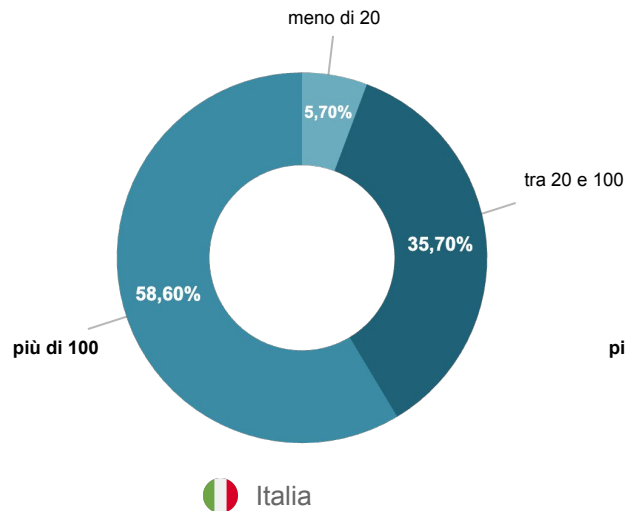


 Francia

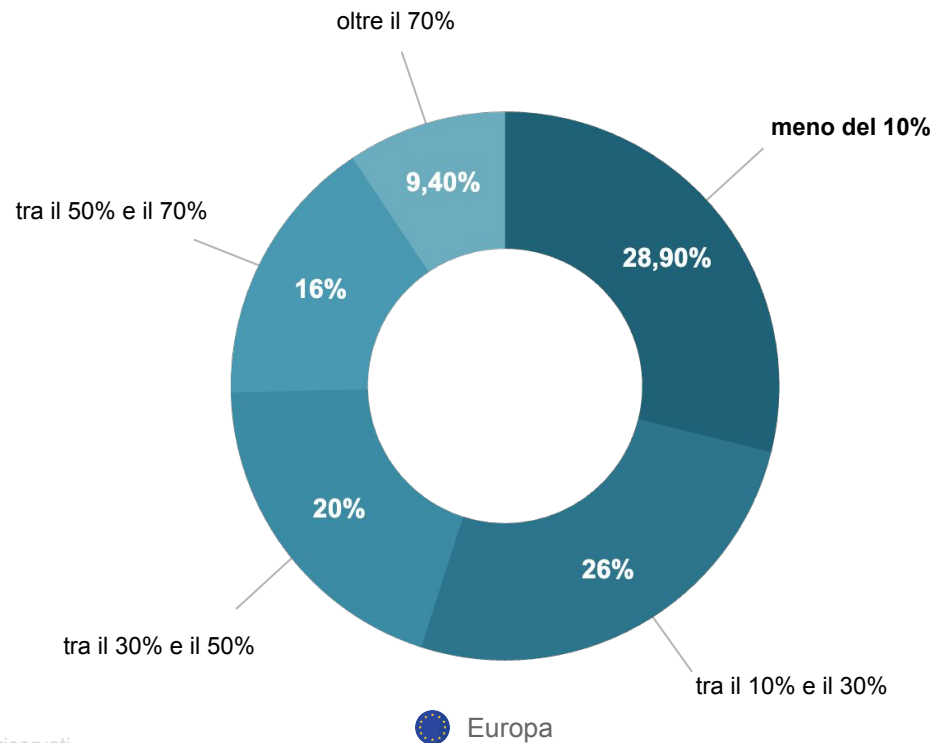
## 04. Mediamente quanti comunicati ricevi alla settimana?



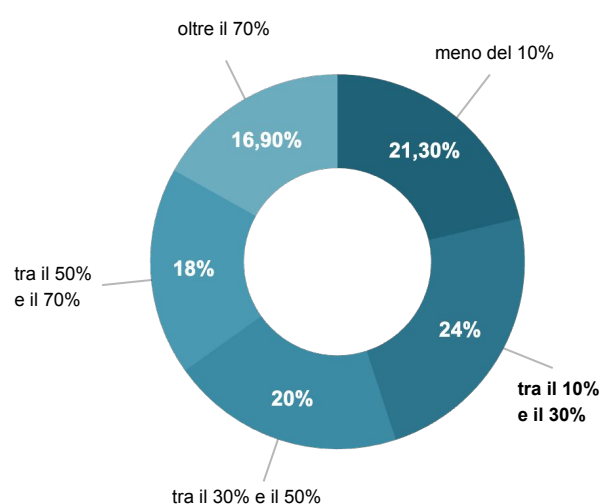
## 04. Mediamente quanti comunicati ricevi alla settimana?



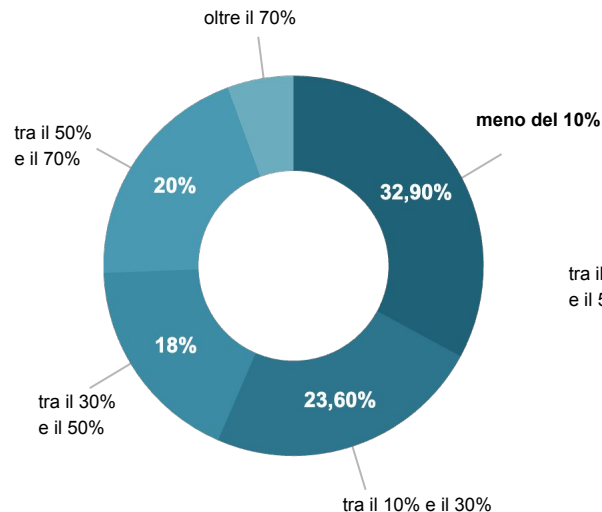
## 05. Fatto 100 quelli che ricevi, quanti comunicati leggi? (anche solo parzialmente / solo il titolo)



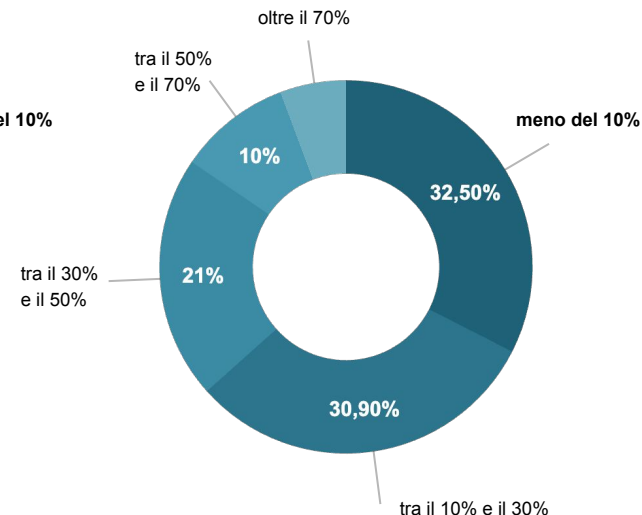
## 05. Fatto 100 quelli che ricevi, quanti comunicati leggi? (anche solo parzialmente / solo il titolo)



 Italia

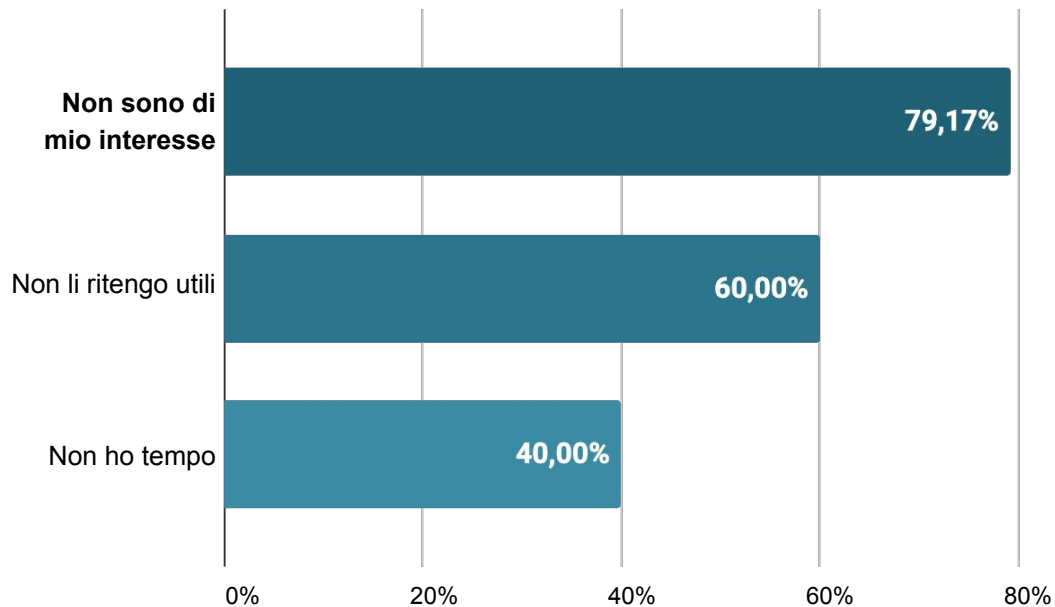


 Spagna

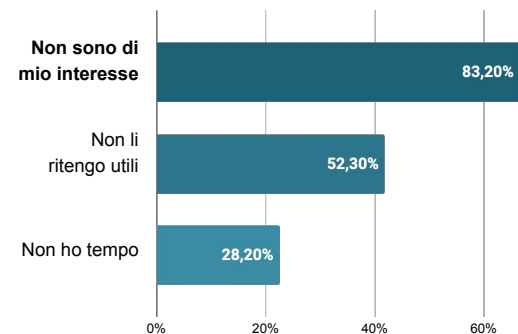


 Francia

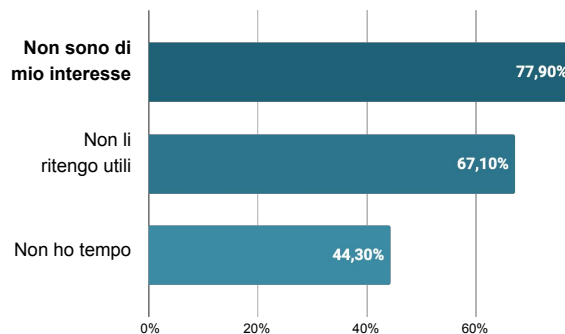
## 06. Se pensi ai comunicati che non hai letto, quali sono le principali motivazioni?



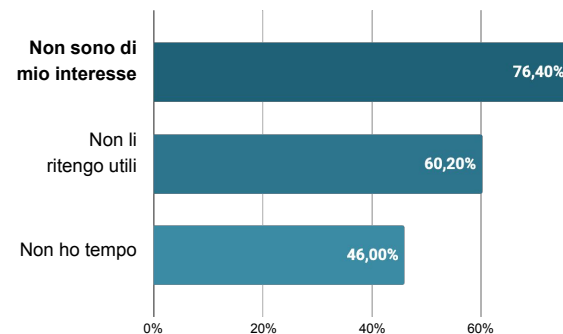
## 06. Se pensi ai comunicati che non hai letto, quali sono le principali motivazioni?



 Italia

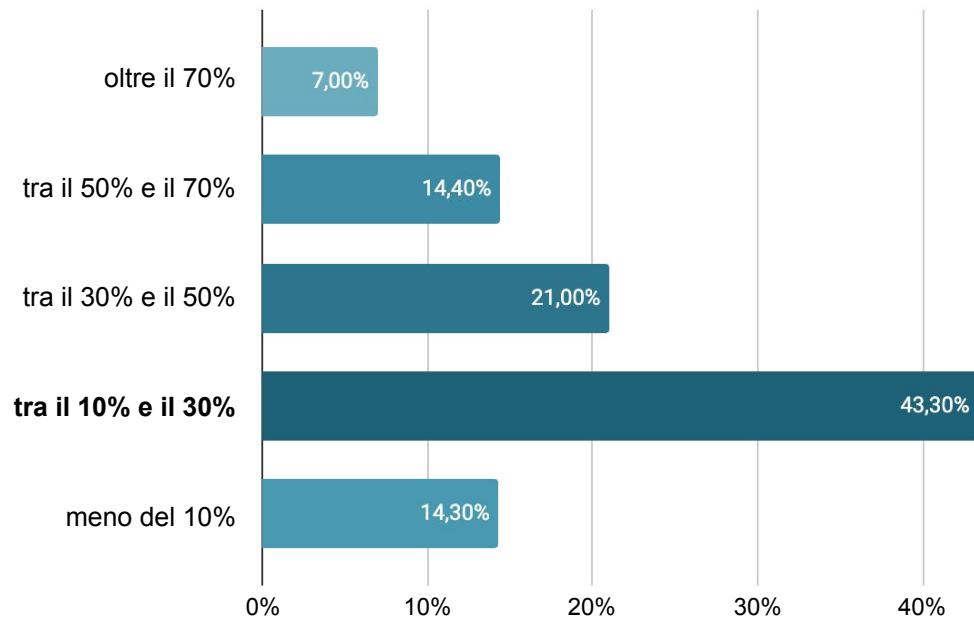


 Spagna

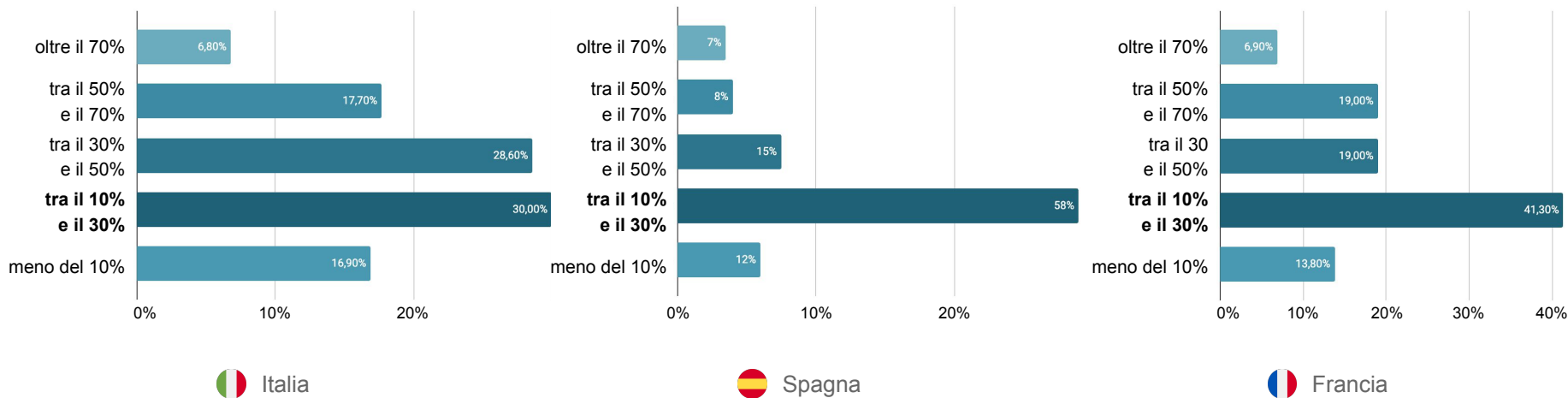


 Francia

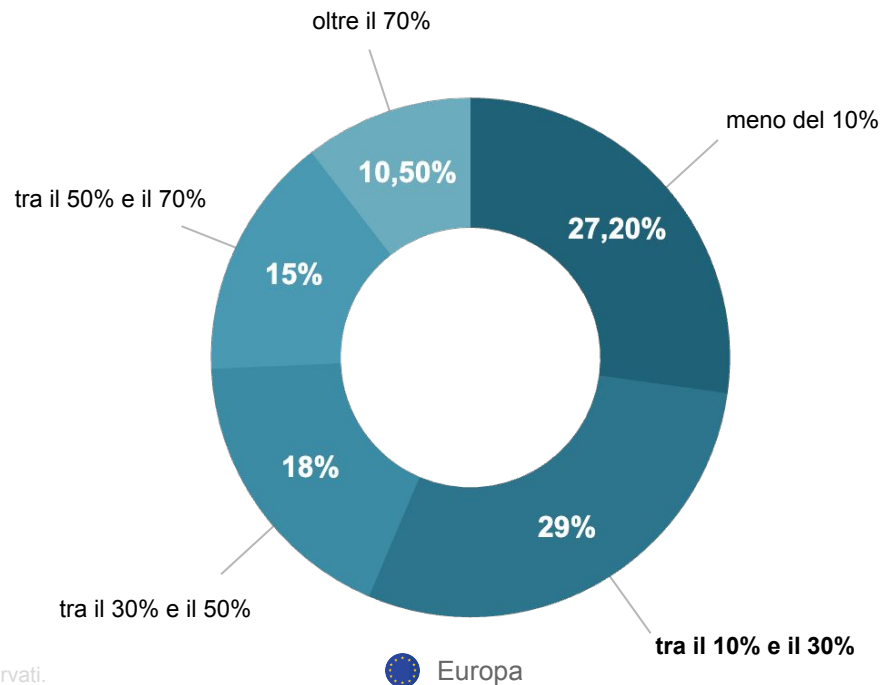
## 07. Fatto 100 ai comunicati che ricevi, quanti di questi sono pertinenti agli argomenti che tratti?



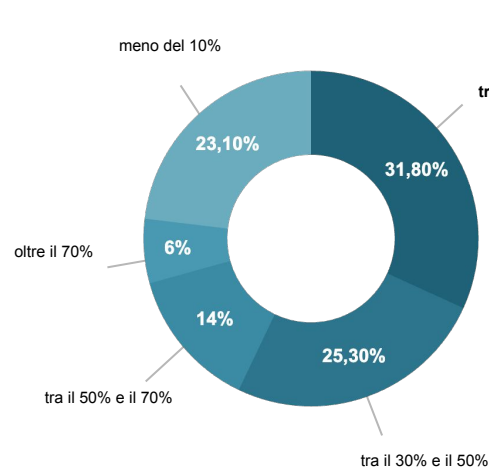
## 07. Fatto 100 ai comunicati che ricevi, quanti di questi sono pertinenti agli argomenti che tratti?



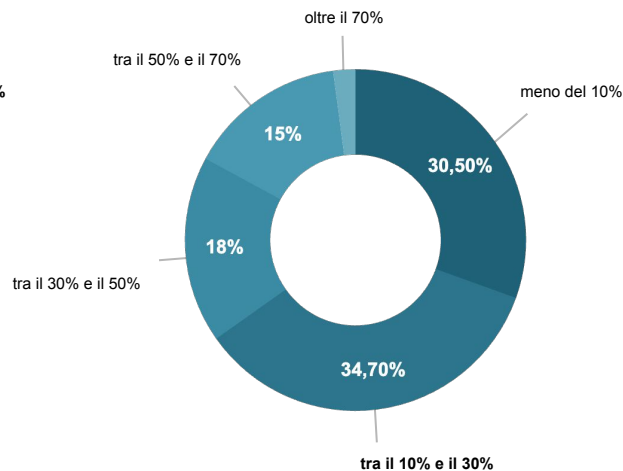
## 08. Fatto 100 dei comunicati pertinenti agli argomenti che tratti, quanti di questi sono utili al tuo lavoro?



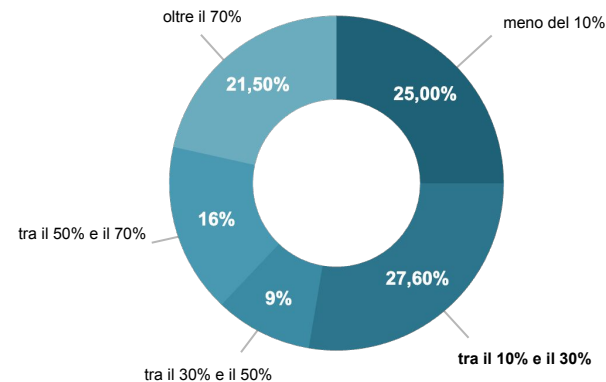
## 08. Fatto 100 dei comunicati pertinenti agli argomenti che tratti, quanti di questi sono utili al tuo lavoro?



 Italia

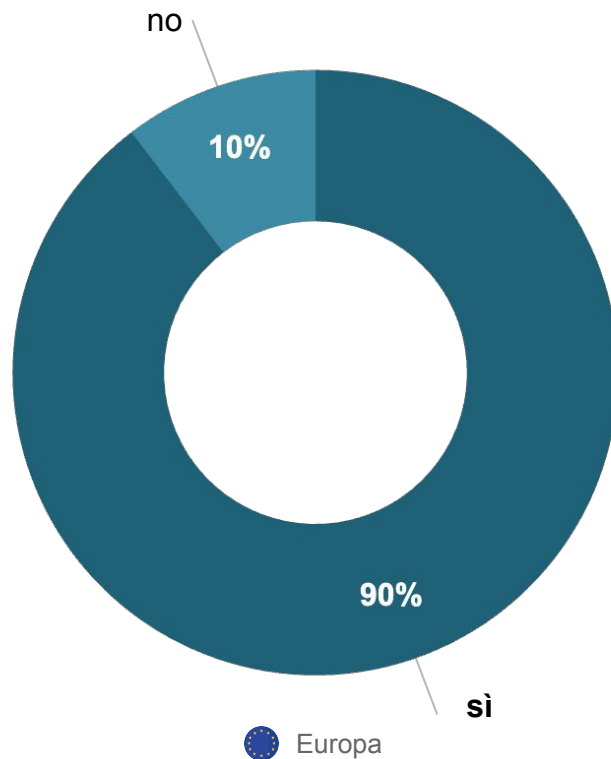


 Spagna

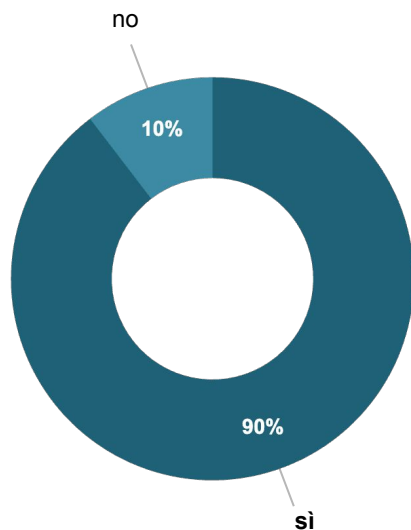


 Francia

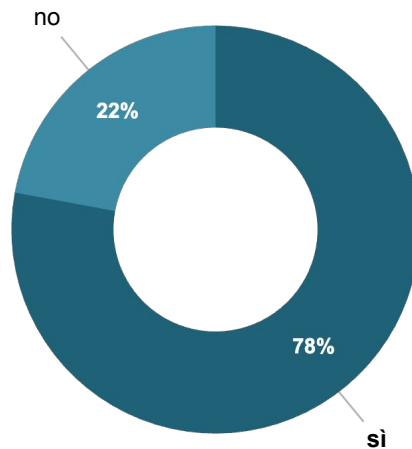
## 09. Ti capita di consultare comunicati stampa quanto prepari un articolo o una ricerca?



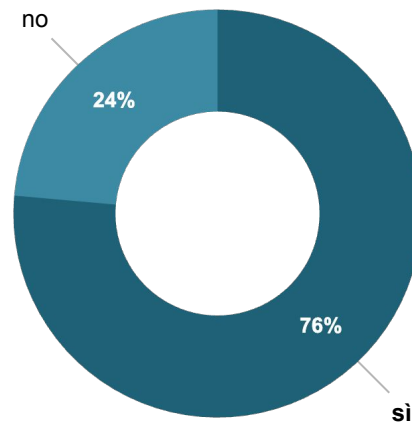
## 09. Ti capita di consultare comunicati stampa quanto prepari un articolo o una ricerca?



 Italia

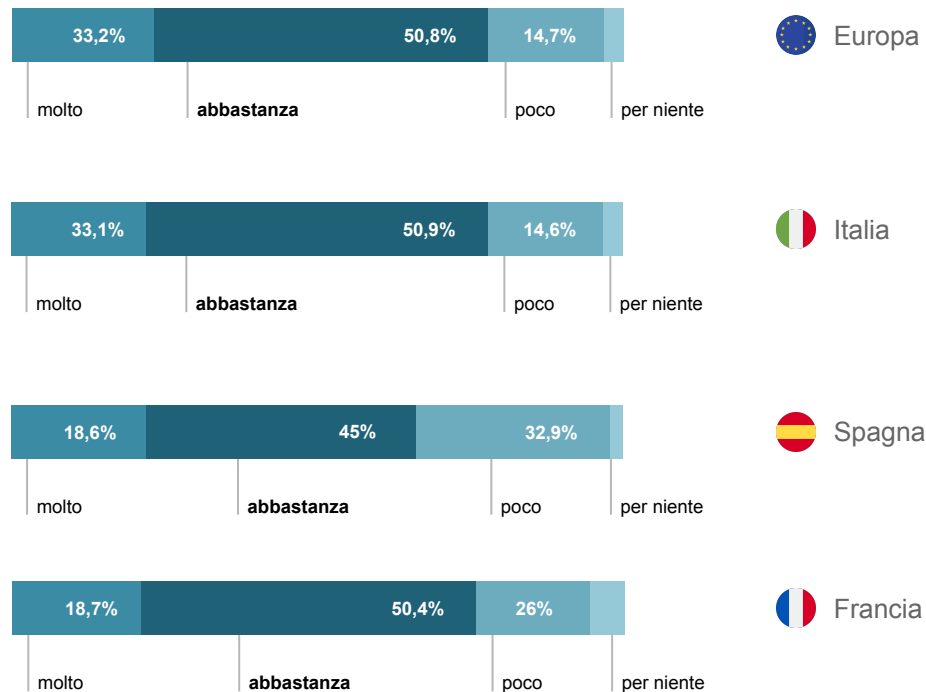


 Spagna

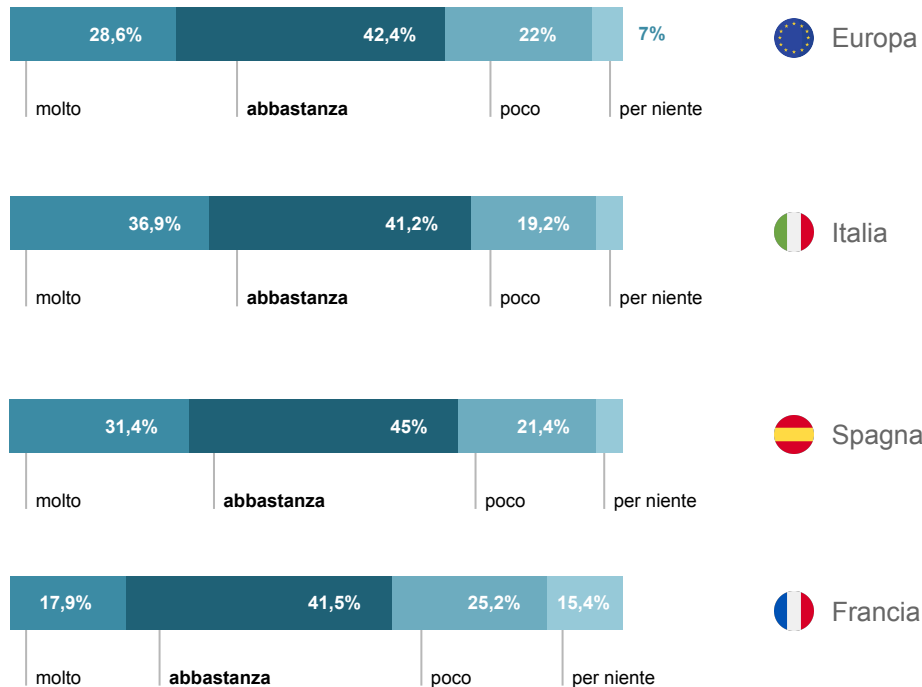


 Francia

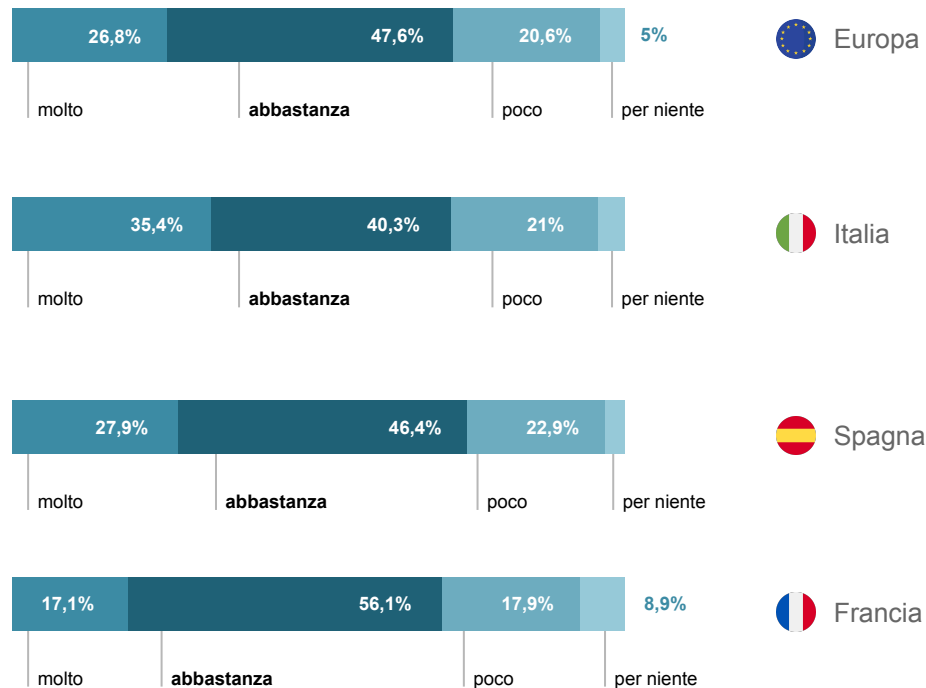
## 10. Per il tuo lavoro ti interessa consultare comunicati stampa?



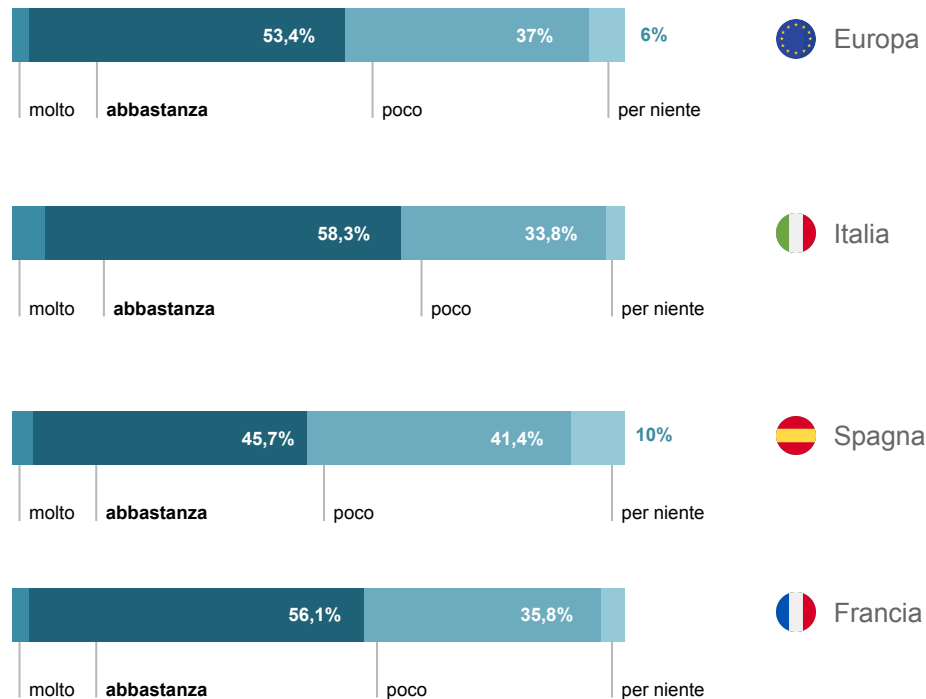
## 11. Quanto ti interessa avere un aggregatore per i comunicati stampa?



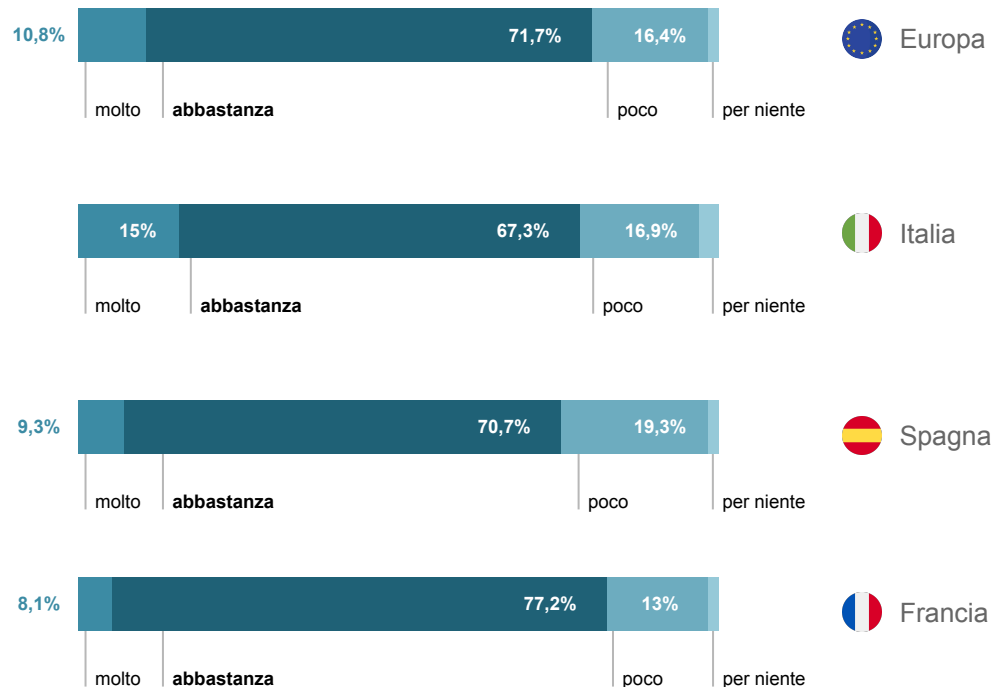
## 12. Quanto sarebbe utile per te e per il tuo lavoro avere un aggregatore?



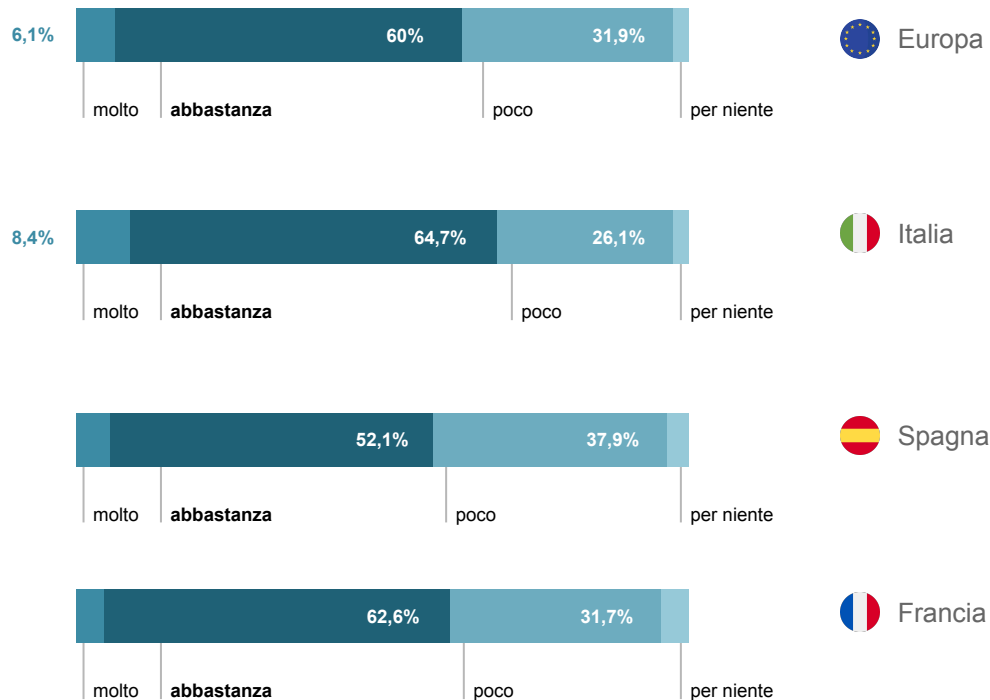
### 13. Pensa alle notizie che ricevi dagli uffici stampa. Quanto le reputi esaustive?



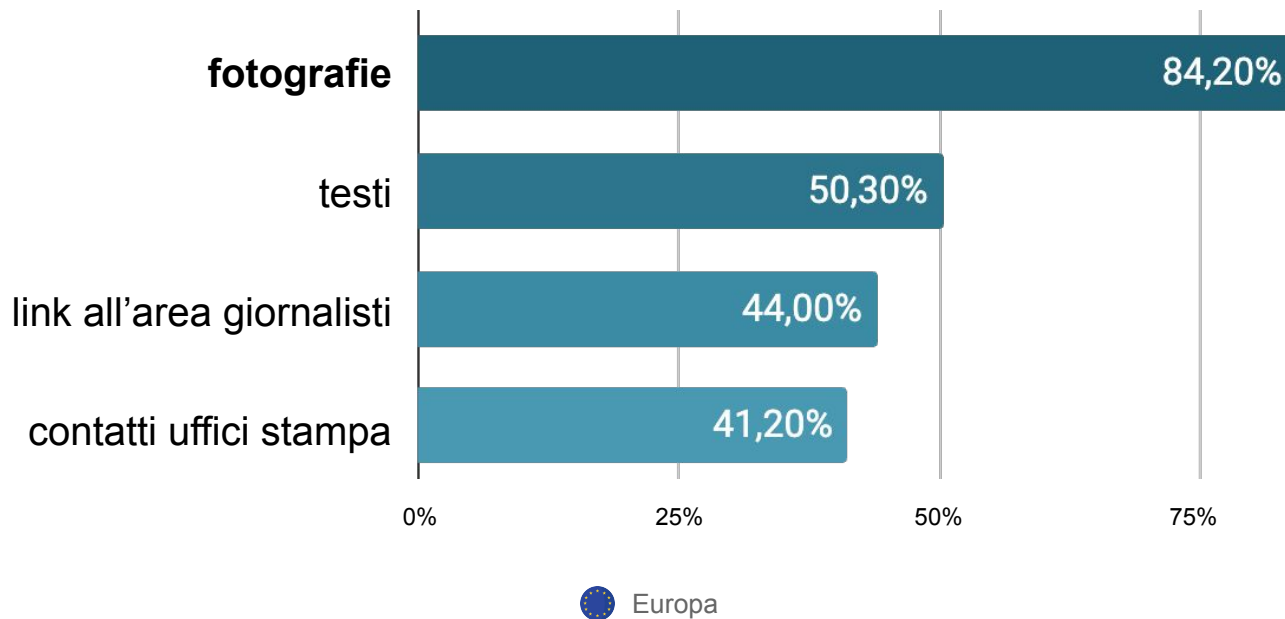
## 14. Pensa alle notizie che ricevi dagli uffici stampa. Quanto le reputi attendibili?



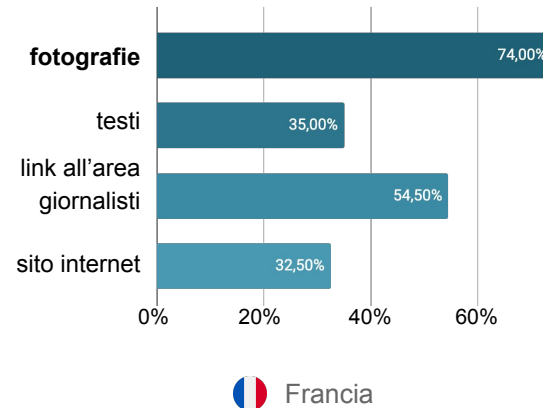
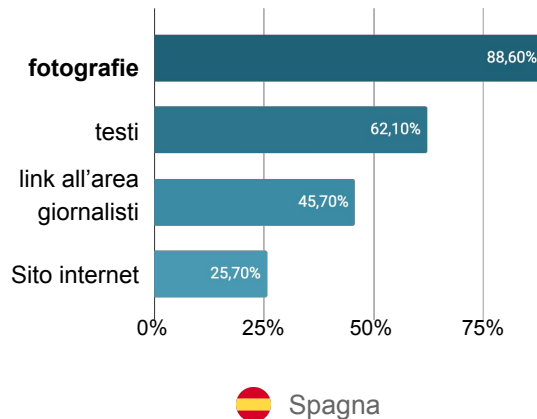
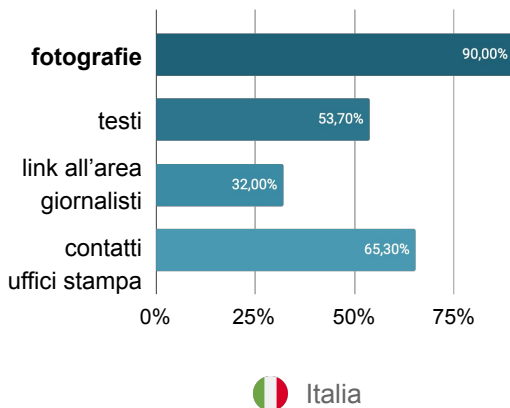
## 15. Pensa alle notizie che ricevi dagli uffici stampa. Quanto le reputi utili?



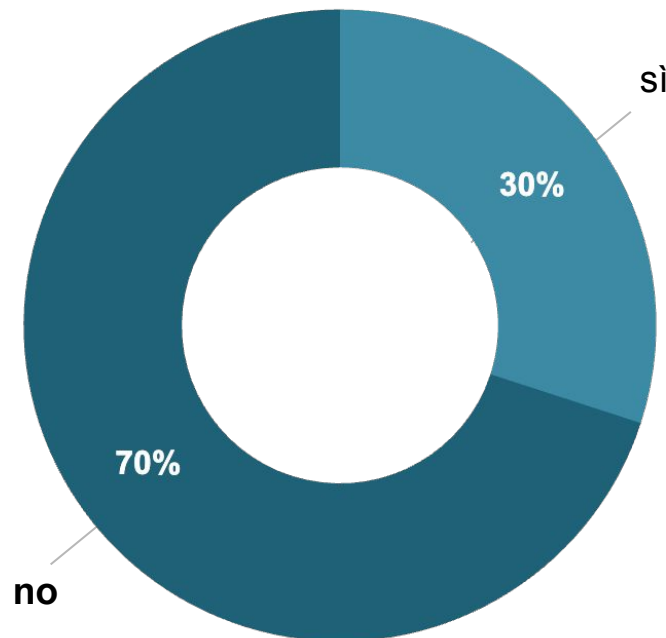
## 16. Cosa ti è utile ricevere a corredo del comunicato stampa?



## 16. Cosa ti è utile ricevere a corredo del comunicato stampa?

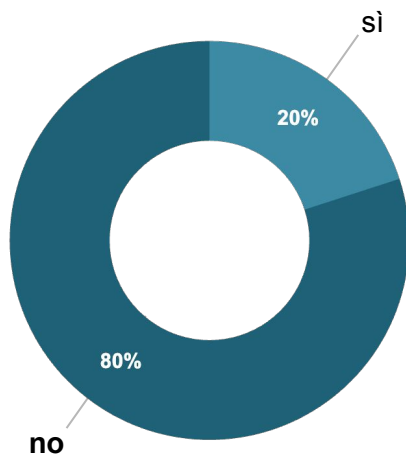


## 17. Hai utilizzato qualche aggregatore di comunicati stampa in passato per le tue ricerche?

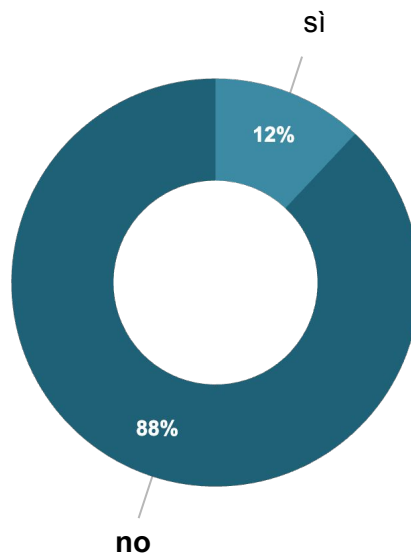


 Europa

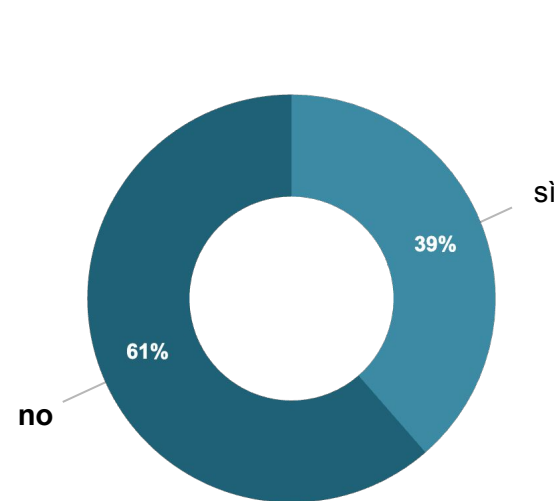
## 17. Hai utilizzato qualche aggregatore di comunicati stampa in passato per le tue ricerche?



 Italia

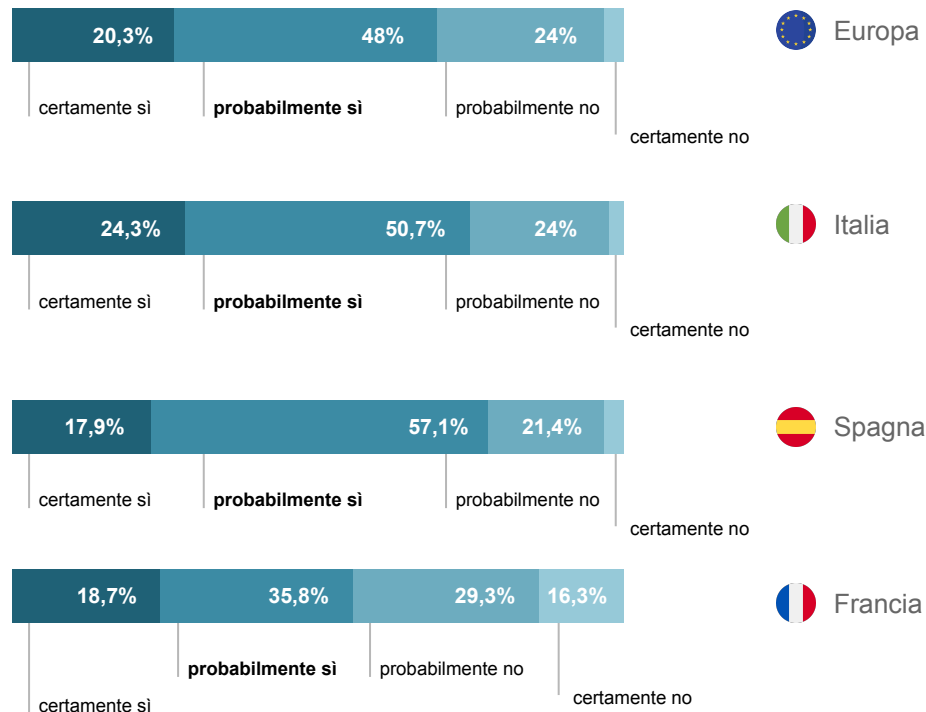


 Spagna

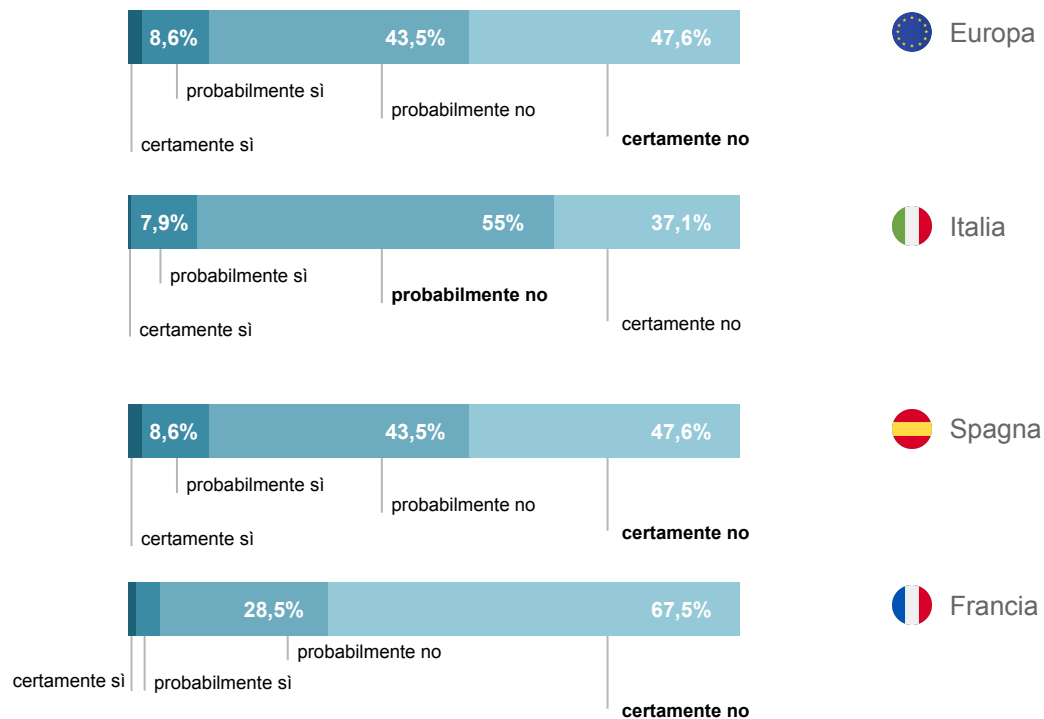


 Francia

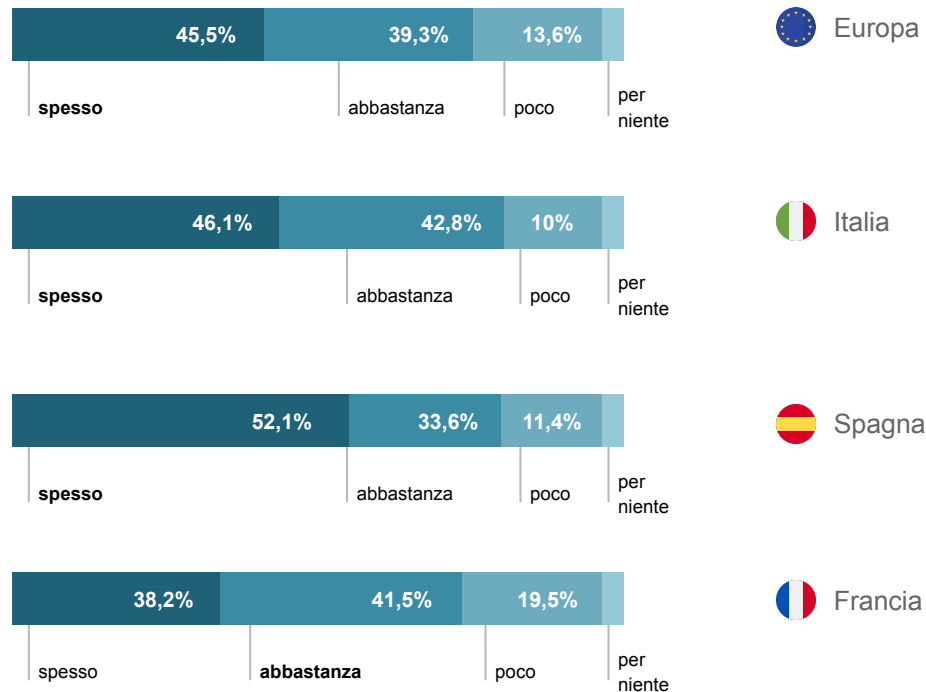
## 18. Prenderesti in considerazione un sistema che organizza per te i comunicati stampa secondo i tuoi interessi?



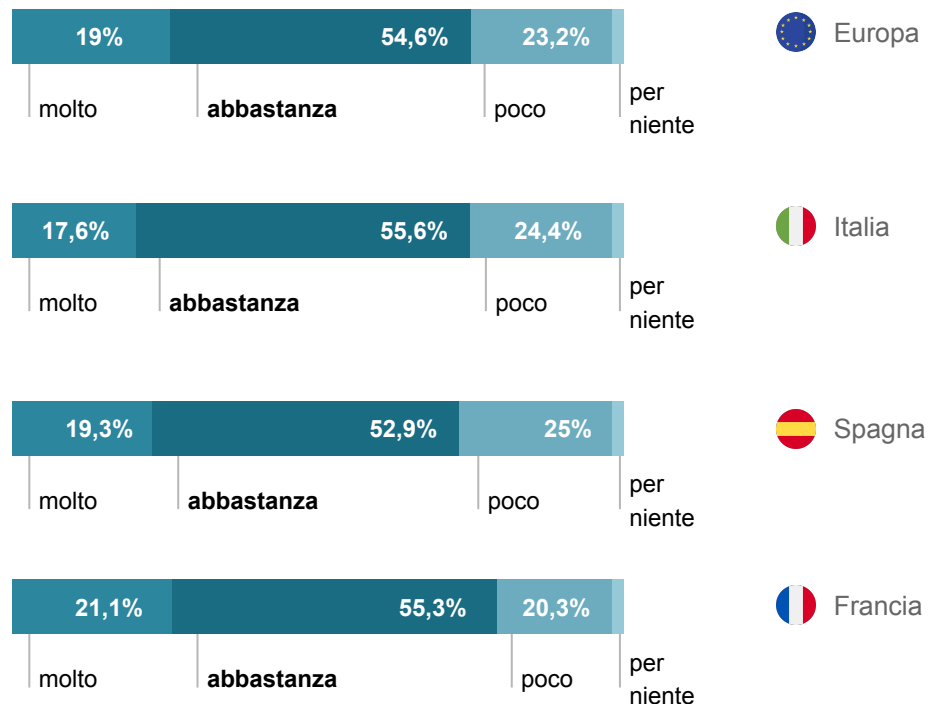
## 19. Saresti disposto ad iscriverti se fosse a pagamento?



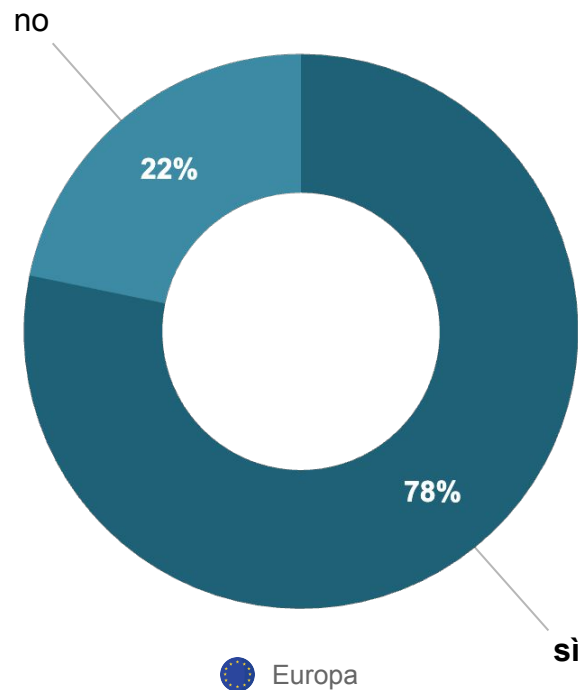
## 20. Ti capita di partecipare a presentazioni o conferenze stampa?



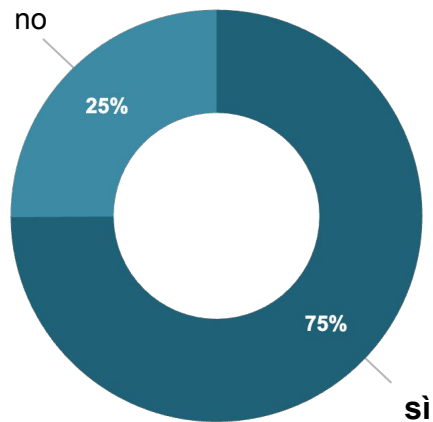
## 21. In generale quanto ritieni utile una conferenza stampa?



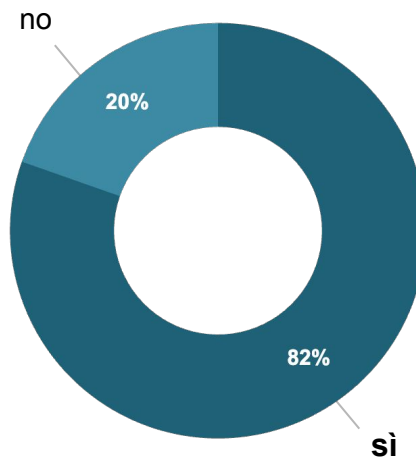
## 22. Sarebbe utile per te avere a disposizione un calendario delle conferenze stampa?



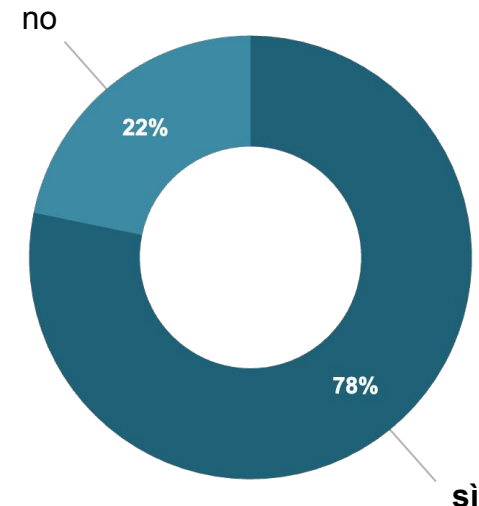
## 22. Sarebbe utile per te avere a disposizione un calendario delle conferenze stampa?



 Italia

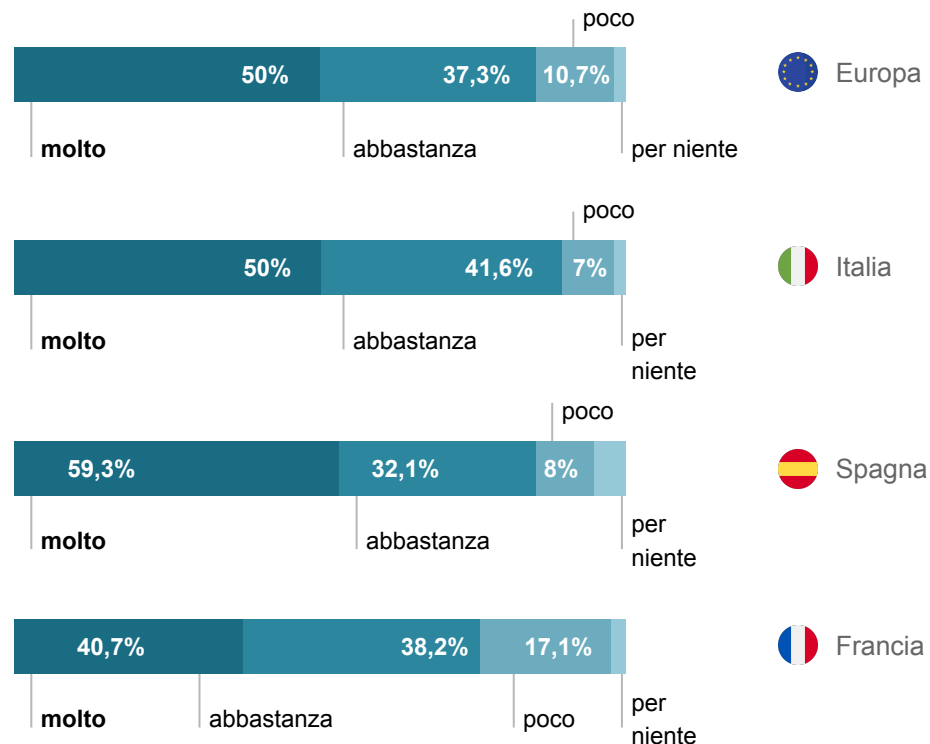


 Spagna

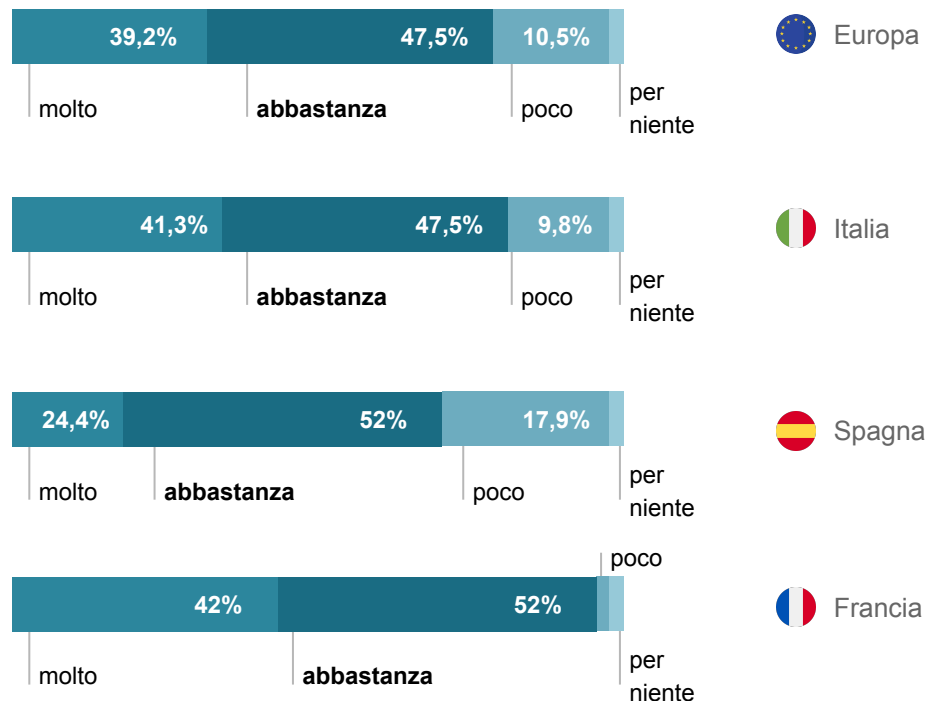


 Francia

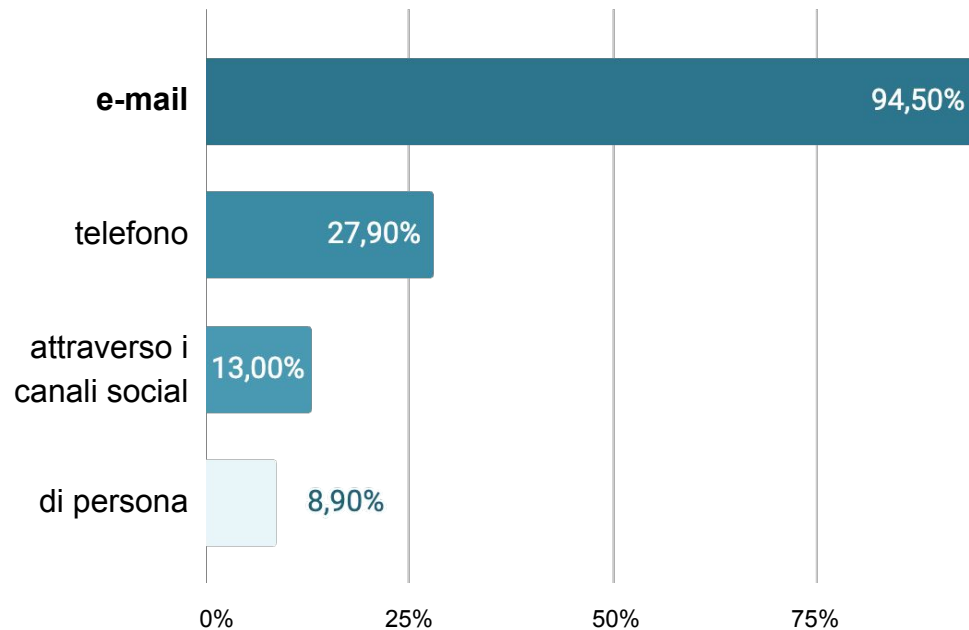
## 23. Quanto sarebbe interessante per te avere accesso ad un database con tutti i capi uffici stampa e i loro contatti?



## 24. Quanto sarebbe utile per te metterti in contatto con l'ufficio stampa di un'azienda?

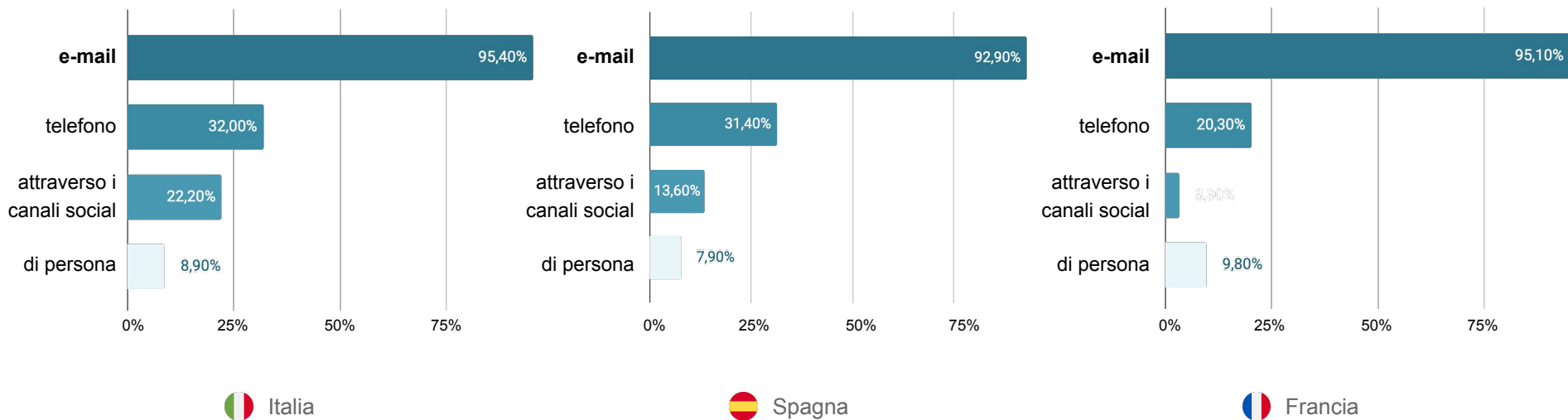


## 25. Come preferisci essere contattato da un ufficio stampa?

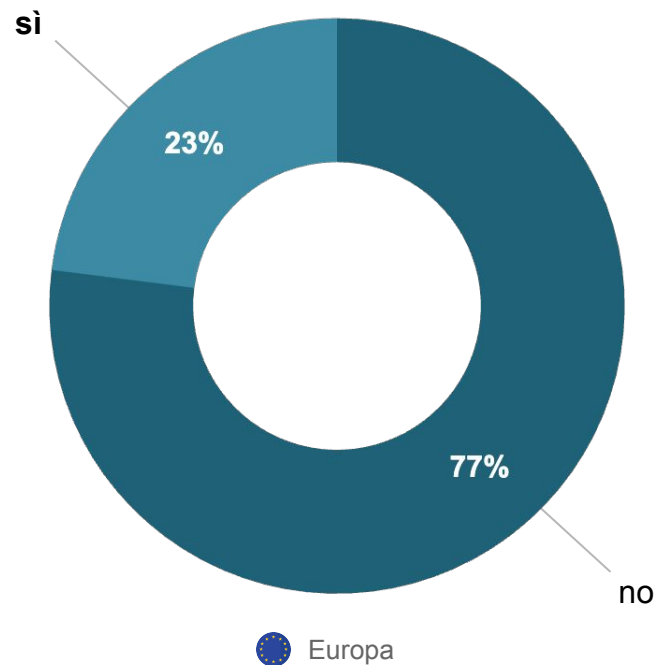


 Europa

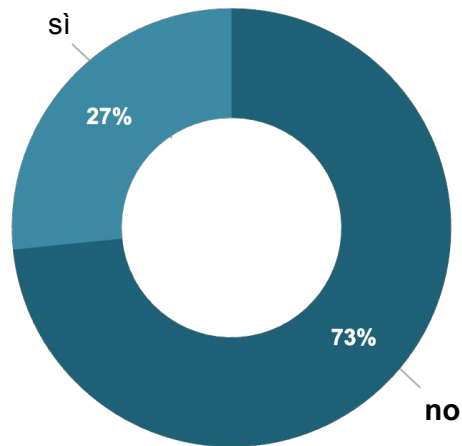
## 25. Come preferisci essere contattato da un ufficio stampa?



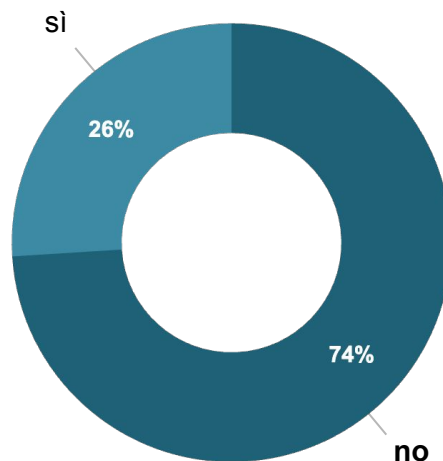
## 26. I social media sono uno strumento utile per ricevere comunicati stampa da enti e aziende?



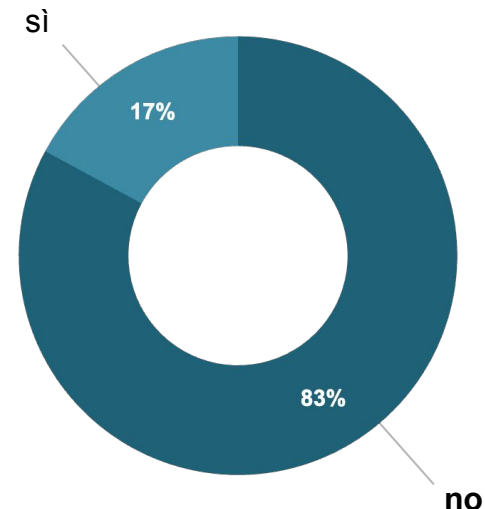
## 26. I social media sono uno strumento utile per ricevere comunicati stampa da enti e aziende?



 Italia

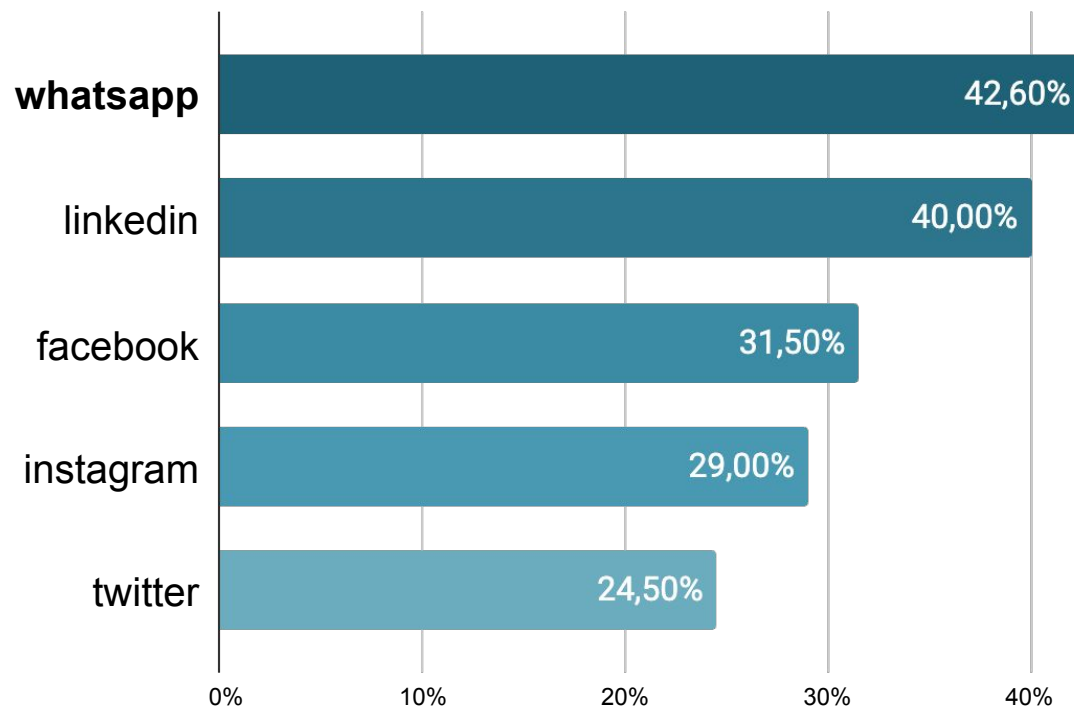


 Spagna

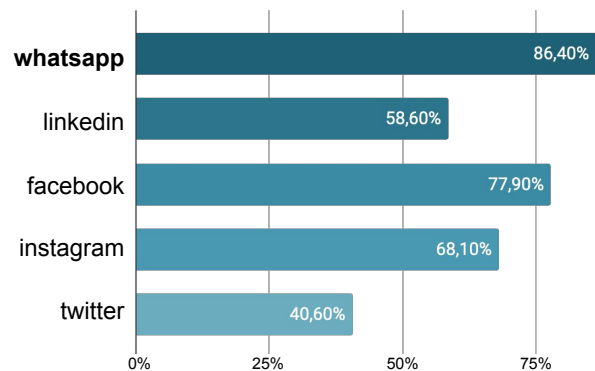


 Francia

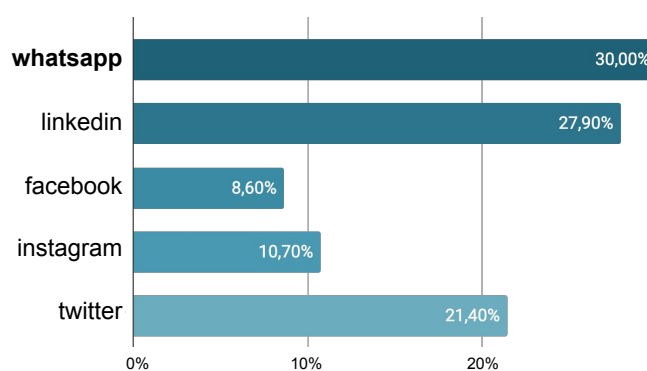
## 27. Quali social media utilizzi abitualmente?



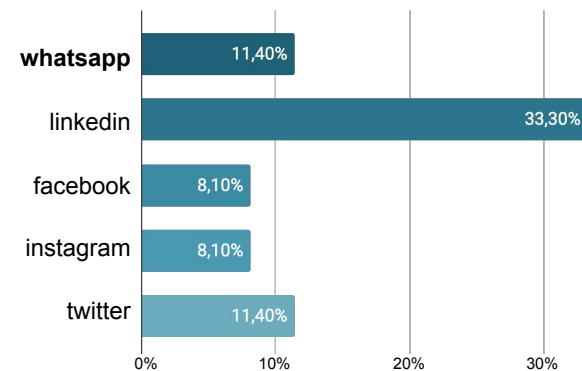
## 27. Quali social media utilizzi abitualmente?



 Italia

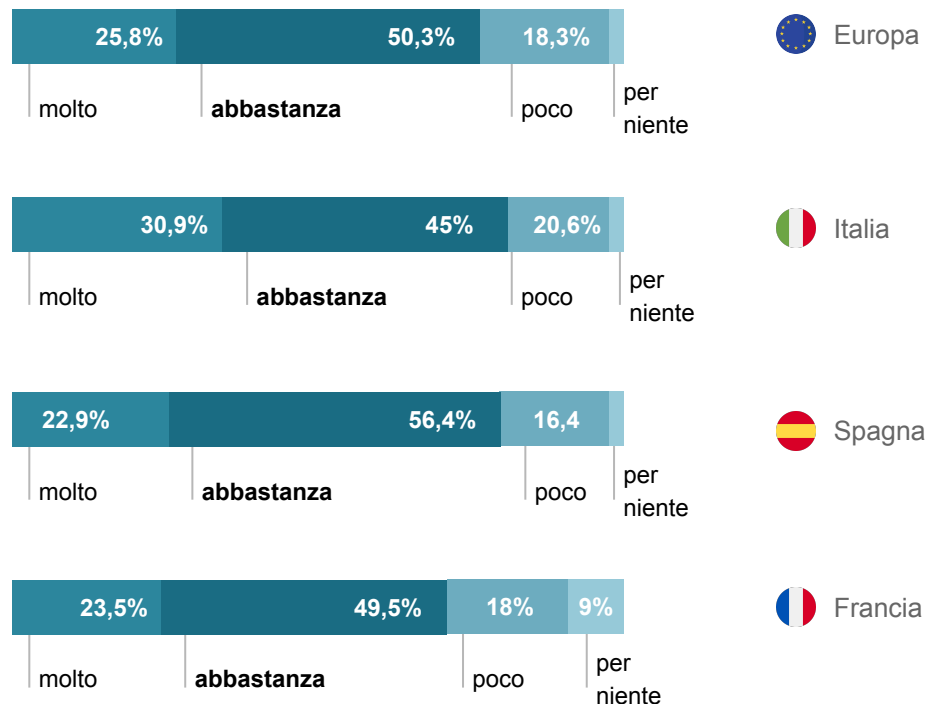


 Spagna

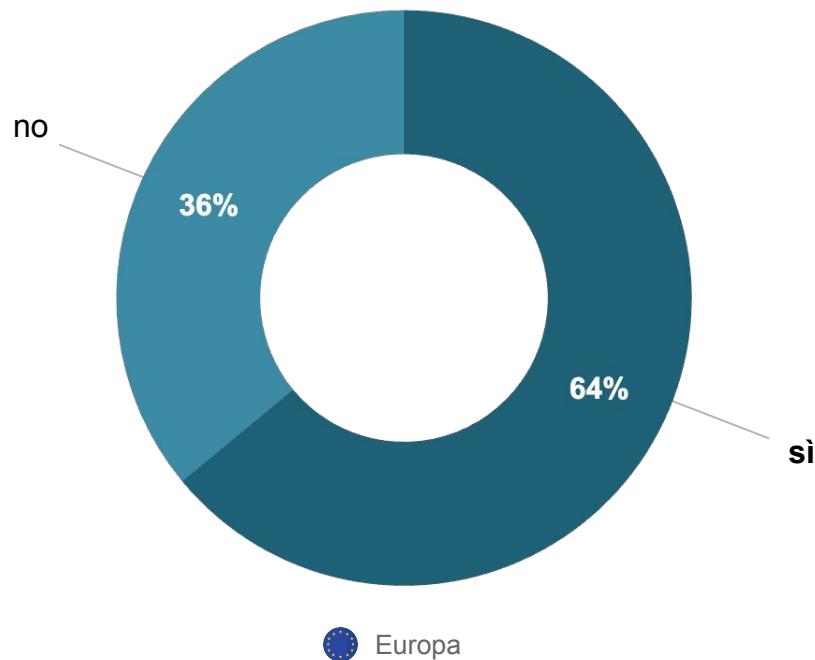


 Francia

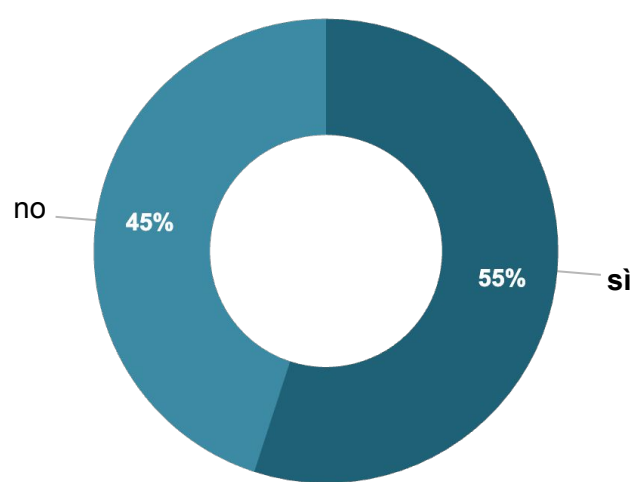
## 28. Quanto sarebbe interessante poter avere a disposizione una piattaforma dove trovare tutti i press kit delle aziende/enti?



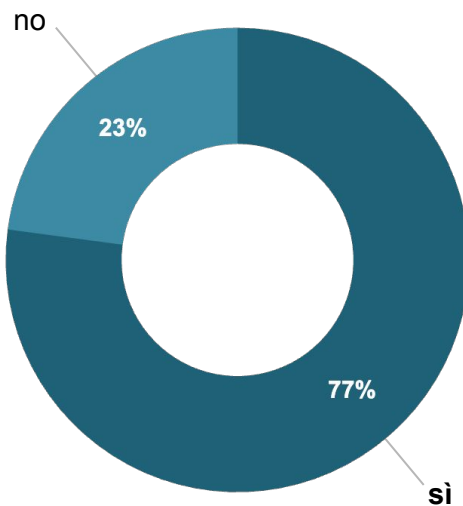
## 29. Sei registrato a qualche newsroom (area riservata ai giornalisti) **su siti di aziende/enti?**



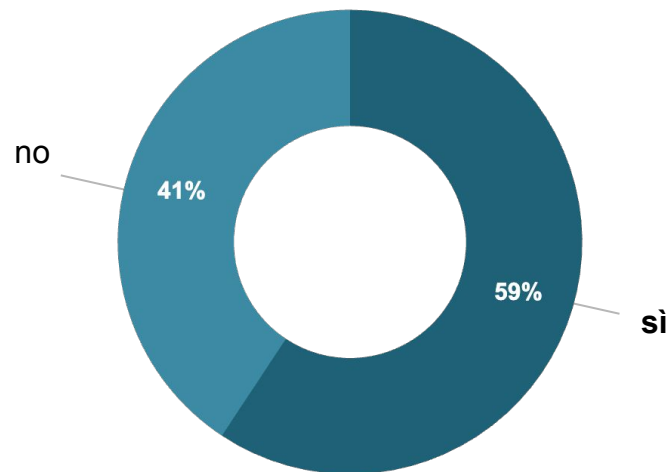
## 29. Sei registrato a qualche newsroom (area riservata ai giornalisti) su siti di aziende/enti?



 Italia

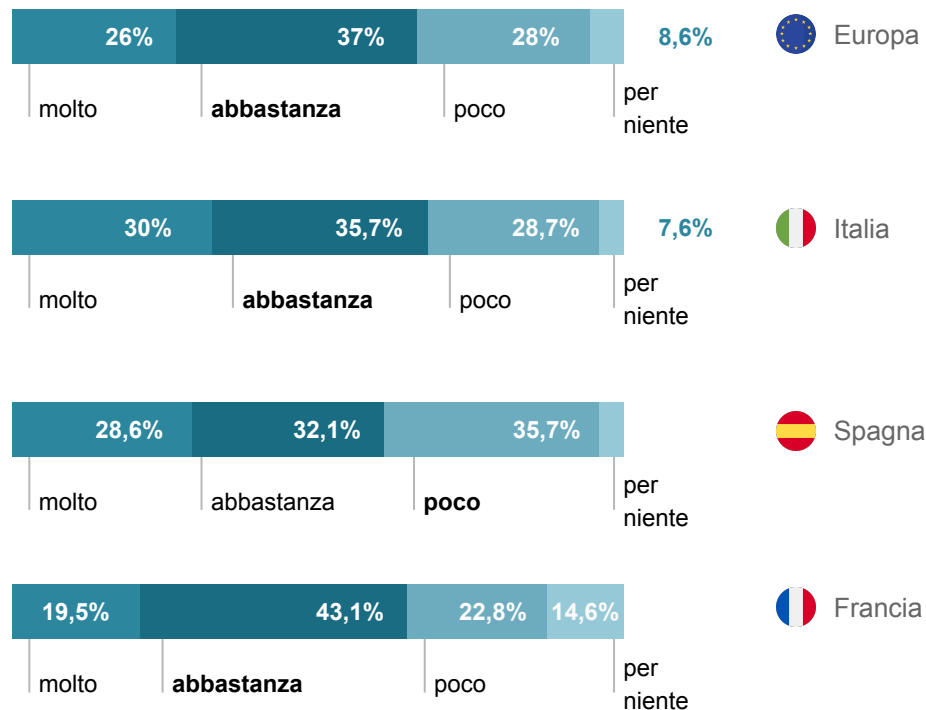


 Spagna

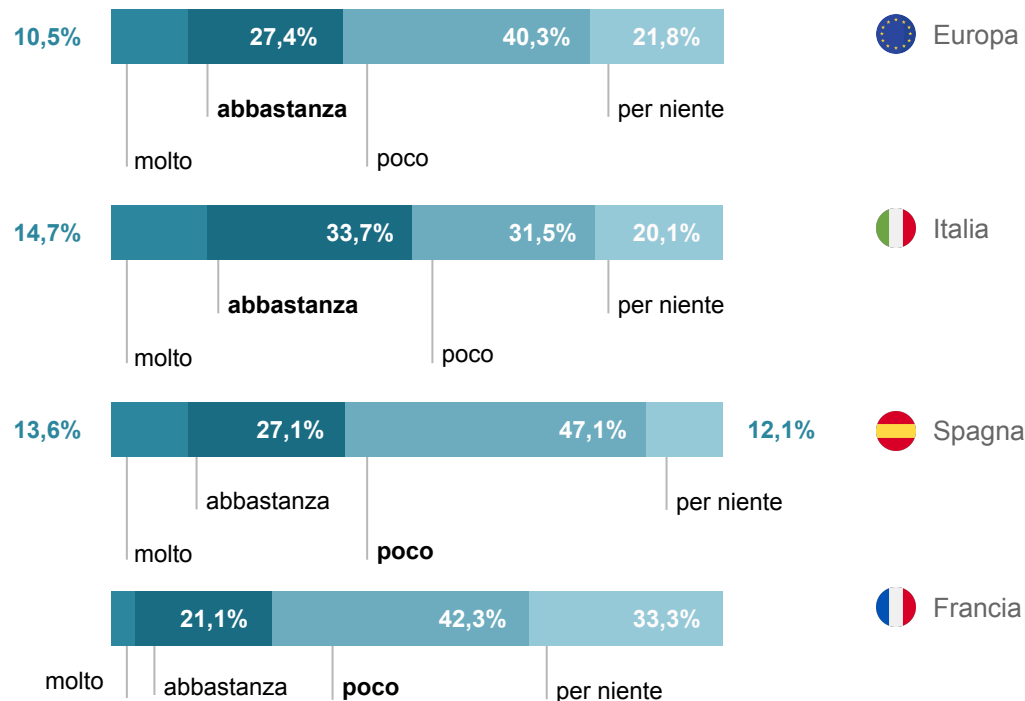


 Francia

### 30. Sarebbe interessante per te avere accesso ai contatti di altri giornalisti nelle varie redazioni?



### 31. Sarebbe interessante per te poter avere una pagina web personale sulla quale raccogliere e condividere il tuo lavoro?



# Contatti

---

## Mediaddress

Via G. Compagnoni 30, 20129 Milano

Tel: +39 02 700 04 150

[info@mediaddress.eu](mailto:info@mediaddress.eu) | [www.mediaddress.com](http://www.mediaddress.com)

# Mediaddress

---

## Media contact

---